

UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE



Escenas culturales
Una aplicación al análisis de las
ocupaciones creativas y las
desigualdades territoriales en
España

Cristina Mateos Mora

Tesis doctoral

Director: Dr. Clemente J. Navarro

Co-Directora: María Jesús Rodríguez

- Sevilla. Noviembre 2015-

UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE

Facultad de Ciencias Sociales

Departamento de Sociología

Escenas culturales
Una aplicación al análisis de las
ocupaciones creativas y las
desigualdades territoriales en
España

Doctorado en Pensamiento y Análisis Político, Democracia y Ciudadanía

Visto favorable

Director de Tesis:

Co-directora de tesis:

Doctoranda:

Clemente J. Navarro Yáñez

María Jesús Rodríguez García

Cristina Mateos Mora

Fdo:

Fdo:

Fdo:

Agradecimientos

No sabía muy bien cómo empezar este apartado, ya que entiendo que se trata del lugar indicado para decir todo aquello que no tiene cabida en el resto del documento pero que forma parte de lo que aquí se ha desarrollado. Así que intentaré reflejar los aspectos que en mayor medida me han llevado a lograr dar el paso a esta nueva etapa que ahora espera.

En primer lugar, he tenido la suerte de desarrollar mi tesis en el proyecto ‘La dinámica cultural de las ciudades’ (CSO2008-04288/SOCI), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación durante el período 2009-2013. Trabajar en el marco de este proyecto ha sido el factor principal para el tratamiento, elección y desarrollo del tema de estudio. También ha contado en esto el profesor Terry N. Clark, el aprendizaje que tuve la oportunidad de tener durante mi estancia en la Universidad de Chicago, integrándome en la red internacional ‘Cultural Amenities and Urban Developed Network’. Su acogimiento y trato en los seminarios ha sido fundamental para mi aprendizaje.

Sin embargo, no puedo referirme sólo a los marcos en los que he trabajado directamente el tema de la tesis que aquí se presenta. Durante el período de su desarrollo, han sido otras instituciones y otros compañeros y compañeras quienes me han ayudado a intentar llevar a buen fin este proyecto. En primer lugar, los/las compañeros/as del Centro de Sociología y Políticas Locales, en las reuniones y seminarios hemos logrado intercambiar cuestiones que seguro aparecen en este documento. Agradecer también la posibilidad que tuve de trabajar con las personas de la Fundación Pública Centro de estudios andaluces, especialmente a ‘los becarios’ Juan, Gloria, Rocío, Cristina, Javi y Carmen, con quienes compartí momentos inolvidables. De esa época me llevo mucho, a nivel profesional, y sobre todo personal.

A los/las compañeros/as con quién he compartido la participación en el Proyecto ‘Políticas Urbanas en el escenario de 2015’ (POLURB), a Joan Subirats, su investigador principal, por aceptarme en el equipo, a Clemente Navarro por ‘dirigirnos’ y a mis compañeras del ‘equipo Sevilla’, María Rosa, Rosa y María Jesús por compartir muchas de esas largas reuniones, experiencias y momentos, con los que sin duda he aprendido mucho.

También, he tenido la gran oportunidad de participar en el proyecto sobre Regeneración Urbana y Cohesión Social en Andalucía (RUCOSA), durante las reuniones y los seminarios he tenido la oportunidad de compartir ideas, modelos, análisis, que probablemente se reflejen en estas páginas.

Y por supuesto, a las personas que integran el Departamento de Sociología de la Universidad Pablo de Olavide, especialmente a los colegas con los que he compartido asignaturas, por facilitarme en muchos momentos labores docentes y por amenizar muchos de los ratos que por allí pasamos.

Muchos de vosotros habéis estado conmigo en estos años, bien para hablar de la tesis, o quizás para pasar unos buenos ratos. Me llevo grandes personas de cada sitio. Mencionar especialmente a Lucía Muñoz, por ser una gran compañera pero sobre todo una gran

amiga, a José Manuel Betanzos, por su ayuda ‘geográfica’, y a Ángel Zapata y María Navarro por ser una pareja encantadora y con los que puede disfrutarse cualquier situación, no sólo académica.

De manera especial, quiero dedicar este apartado a expresar mi agradecimiento a mis directores de tesis, a la vez que compañeros y ‘jefes’ en algunos de los proyectos anteriores. Ambos son parte fundamental de este trabajo y su resultado. Por un lado, María Jesús Rodríguez, quien hace ya algunos años me dio la posibilidad y abrió la puerta del mundo de la universidad desde el lado de la investigación en el proyecto ‘Género, participación y sistemas locales de bienestar’ financiado por el Instituto de la Mujer. Tuvo la paciencia de enseñarme y de mostrarme cómo trabajar, porque fue a su lado dónde comencé ese proceso de formación y ha sido un ejemplo para mí en numerosas ocasiones. Y cómo no, a mi director, a Clemente Navarro. Sin él este trabajo no tendría sentido, no tendría fundamento, y probablemente no estaría bien realizado. Gracias por enseñarme a trabajar, a disfrutar haciéndolo, a buscar soluciones ante los problemas y por estar ahí para ayudarme en muchos momentos. He tenido una gran suerte, me ha dirigido la tesis un gran profesional y una gran persona, eso quién lo conoce lo sabe. Pero no sólo habéis dirigido esta tesis, sobre todo me habéis formado a mí, me habéis enseñado a madurar laboralmente y a la vez personalmente, por eso, GRACIAS.

Pero, sobre todo, he de mencionar a mi familia. En primer lugar a las dos personas más importantes de mi vida, mis padres, a quién les debo ser quien soy, y a quién agradezco que siempre me hayan apoyado en todo lo que he decidido, porque a veces sin saber en qué me han acompañado en este camino hacia una nueva etapa. Por mostrar siempre comprensión, por respetarme, por serlo todo para mí. También mi hermana, Eva, por haber sabido esperar pacientemente este resultado, por entenderme, por prestarme su apoyo y por mirar siempre lo mejor para mí, y a mi cuñado, Rafa, con ambos me gustaría celebrar este nuevo paso. Por supuesto también a mi sobrina, Miriam, por entender, o simplemente soportar el poco tiempo dedicado estos últimos meses, y espero que esté impaciente por la recompensa acordada.

A la gente que ha pasado por mi vida en cada momento aportándome siempre algo nuevo, conocimientos, conversaciones, momentos inolvidables, eso no cabe explicarlo en ningún papel. Destacar a una gran persona y amiga Carmela, por ‘sufrir’, sobre todo en el inicio de esta tesis, muchos momentos a mi lado. A Laura y Zahira, por estar siempre conmigo, es muy difícil conservar amistades de este tipo, tan sólo deciros que aunque hayamos tenido que dedicarnos muy poco tiempo para que esta tesis llegara a buen fin, será un placer celebrarla con vosotras. A Lola, por ser ya parte de mi ‘familia’, y a Verónica, por los buenos ratos y su buen corazón.

Y por último, especialmente a ti, Carmen, a quien dedico esta tesis, y con quién pretendo compartir mi tiempo, mis ganas, mis ilusiones... Por transmitir esa felicidad constante, por tu cariño, por tu apoyo. Por estos momentos a mi lado mostrando todas las mañanas una sonrisa al día y un ánimo cuando así lo requería, y sobre todo por haber hecho tan tuyo este proceso, este cambio de etapa, GRACIAS; porque hacer una tesis, como cualquier otra cosa, si es a tu lado es siempre mejor.

Índice de contenidos

Introducción	14
Capítulo 1. Escenas culturales: hacia una ‘mirada cultural’ del espacio	24
1.1. Cultura y territorio: actividades económicas, residentes innovadores y el carácter de las oportunidades de consumo cultural	24
1.1.1. Los ‘distritos culturales’: la especialización productiva del territorio en actividades culturales y creativas.....	26
1.1.2. Los ‘barrios culturales’: la atracción de residentes con estilos de vida no convencionales (artistas, neo-bohemios y clase creativa)	28
1.1.3. Las ‘escenas culturales’: espacios significativos por su oferta de prácticas culturales	29
1.1.4. Diferentes ‘miradas’ analíticas a la relación entre cultura y territorio.....	32
1.2. Escenas culturales: ¿cómo reconocerlas?, ¿cómo se analizan empíricamente?	33
1.2.1. El concepto de las escenas culturales: legitimidad, teatralidad y autenticidad.....	33
1.2.2. La medición de las escenas culturales: de los espacios de consumo cultural a la combinación de subdimensiones.....	38
1.3. Escenas culturales en España: validación y descripción para distintos niveles territoriales	40
1.3.1. El análisis de las escenas culturales en España	42
1.3.2. Escenas culturales en diferentes escalas territoriales: sistemas locales de trabajo, grandes ciudades y barrios.....	44
1.4. Conclusiones: del territorio a la escena cultural.....	54
Capítulo 2. Creatividad y desarrollo territorial: la tesis de las ocupaciones creativas	56
2.1. Creatividad y desarrollo territorial: ¿realmente nuevas ideas?.....	56
2.2. Las ocupaciones creativas: revisión crítica del concepto de ‘clase creativa’.....	59
2.2.1. La ‘clase creativa’: definición y medición.....	60
2.2.2. Clase y sector creativo: ambigüedad conceptual y operativa	63
2.2.3. Clase creativa y ocupación: cualificaciones, jerarquía y creatividad.....	65
2.3. Ocupaciones creativas en España: definición operativa y análisis descriptivo.....	69
2.3.1. La clase creativa en España: definición operativa a nivel municipal	70

2.4. Conclusiones	74
Capítulo 3. Escenas culturales y localización de las ocupaciones creativas	76
3.1. La distribución espacial de las ocupaciones creativas en España: una visión descriptiva	76
3.2. La localización de las ocupaciones creativas: la importancia del clima social y cultural	83
3.3. La localización de las ocupaciones creativas en España: variaciones en la importancia del clima social y las oportunidades de consumo cultural	90
3.4. Conclusiones: del clima social a las escenas culturales.....	98
Capítulo 4. Escenas culturales, ocupaciones creativas y desarrollo territorial.....	101
4.1. Tesis sobre el desarrollo territorial: de la especialización productiva a las oportunidades de consumo cultural.....	102
4.2. Creatividad y desarrollo territorial en España: algunas hipótesis sobre el efecto conjunto de ocupaciones creativas y escenas innovadoras.....	106
4.3. Desarrollo territorial en España: el papel de las ocupaciones creativas y las escenas culturales	108
4.3.1. La importancia de los factores sociales y culturales: una primera aproximación	110
4.3.2. El papel de la innovación: ocupaciones creativas y escenas culturales innovadoras	113
4.4. Conclusiones	118
Conclusiones	120
Referencias bibliográficas	126
Anexos	140
Anexo 1.1. Proceso de codificación de los equipamientos: puntuaciones	141
Anexo 1.2. Oportunidades de consumo cultural: categorías CNAE (93) seleccionadas	142
Anexo 1.3 Escenas comunitarias e innovadoras: subdimensiones incluidas	143
Anexo 1.4. Escenas culturales en los sistemas locales de trabajo (2001).....	144
Anexo 1.5. Escenas culturales en los barrios de Barcelona, Madrid y Sevilla (2001).....	145
Anexo 2.1. Innovación y tipos de conocimiento en los procesos productivos	146
Anexo 2.2. Tipos de conocimiento y grupos ocupacionales	147
Anexo 2.3. Ocupaciones que integran la clase creativa según Florida (2002).....	148
Anexo 2.4. Clase creativa vs. clases sociales I: Florida vs. Wrigth.....	149

Anexo 2.5. Clase creativa vs. clases sociales II: Florida vs. Goldthorpe	151
Anexo 2.6. Clase y ocupaciones creativas. Florida vs. Mcgranahan y Wojan	153
Anexo 2.7. Ocupaciones creativas: correspondencia entre diferentes clasificaciones (SCO-00; ISCO-88 y CNO-94)	155
Anexo 3.1. <i>Ranking</i> de los sistemas locales según la presencia de ocupaciones creativas: los 10 con valores más bajos	158
Anexo 3.2. Oportunidades de consumo cultural	159
Anexo 3.3. La especialización productiva en alta tecnología.....	160
Anexo 3.4. La localización de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo	161
Anexo 4.1. El efecto de las ocupaciones creativas y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales en España.....	165

Índice de Tablas y Figuras

Índice de Tablas

Tabla 1.1. El análisis de la cultura en el territorio: tres perspectivas básicas	32
Tabla 1.2. Las escenas culturales: dimensiones y subdimensiones	37
Tabla 1.3. El proceso de medición de las escenas culturales	40
Tabla 1.4. Escenas culturales en los sistemas locales de trabajo: indicador de <i>performance</i> para las 15 subdimensiones (2001)	44
Tabla 1.5. Escenas culturales en los barrios de 3 grandes ciudades (Madrid, Barcelona y Sevilla): indicador de <i>performance</i> para las 15 subdimensiones (2001)	51
Tabla 1.6. Escenas culturales en los barrios de Barcelona, Madrid y Sevilla (2001)	52
Tabla 2.1. La clase creativa: sus sectores y ‘la base del conocimiento’	62
Tabla 2.2. Las ‘ocupaciones creativas’ en España según ocupaciones	72
Tabla 3.1. La presencia de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo	77
Tabla 3.2. Sistemas locales de trabajo según ocupaciones creativas: las diez puntuaciones más altas	82
Tabla 3.3. La localización de las ocupaciones creativas: variables incluidas en los análisis ..	94
Tabla 3. 4. Análisis de correlaciones de las variables incluidas en el análisis	95
Tabla 3.5. La localización de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo España (2001)	96
Tabla 4.1. Los efectos de las ocupaciones creativas y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo	115

Índice de Figuras

Figura 1.1. Escenas culturales en los sistemas locales de trabajo (2001)	47
Figura 1.2. El perfil cultural de Madrid, Barcelona y Sevilla.....	50
Figura 2.1. Distribución porcentual de las ocupaciones creativas y sus grupos en España. 73	
Figura 3.1. Localización de las ocupaciones creativas en España.....	78
Figura 3.2. Localización del núcleo creativo en España.....	79
Figura 3.3. Localización de los bohemios en España.....	80
Figura 3.4. Localización de los profesionales creativos en España	81
Figura 4.1. Niveles económicos en los sistemas locales de trabajo (2001)	110
Figura 4.2. La relación del nivel de renta con los ‘distritos industriales’ y el talento en los sistemas locales de trabajo	111
Figura 4.3. La relación del nivel de renta con los sectores de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo.....	112
Figura 4.4. La relación del nivel de renta con la perspectiva socio-cultural en los sistemas locales de trabajo.....	113
Figura 4.5. El efecto conjunto de ocupaciones creativas y escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo.....	117

Introducción

El estudio de la cultura, entendida como modos y estilos de vida que se expresan en términos de prácticas culturales, desde las más elitistas a las más populares, ha supuesto un tema clave en el estudio sociológico del territorio (Lucchini, 2002). De hecho, está presente en el fenómeno que dio origen al análisis sociológico como disciplina, a saber, el cambio social desde las sociedades tradicionales a las modernas (Tilly, 1991; Giner, 1991). Esto se manifiesta en una de las dicotomías clásica del pensamiento sociológico, como es la de comunidad frente a asociación, que tienen su correlato espacial en la dicotomía rural-urbano (Nisbett, 1977).

Ahora bien, esta manifestación espacial tiene lugar tanto en la que pudiéramos denominar dimensión ‘física’ (volumen, densidad, concentración de población, actividades productivas, densidad de edificaciones, etc.), en la dimensión ‘social’ (composición, diversidad, división del trabajo, desigualdades, etc.), pero también en su dimensión cultural. Para los autores clásicos, la ciudad es tanto un ‘modo de vida’ (Whitt, 1987), como un ‘mosaico de culturas’ (Park, 1916), el espacio en el que es posible manifestar la diversidad cultural que se corresponde con el cambio desde la ‘comunidad’ a la ‘asociación’. Para el análisis sociológico clásico existe una ‘cultura de la ciudad’ que se manifiesta en estilos y modos de vida diferentes a la cultura comunitaria característica del ámbito rural que se expresa mediante diferentes prácticas culturales que adoptan un carácter menos convencional (Sennet, 1969).

Lo anterior supone que la ciudad, como manifestación espacial del cambio social no es sólo el soporte de ciertas actividades (productivas, residenciales, etc.) sino que aparece como un ‘espacio significativo’, como un ‘lugar’ en el que se producen procesos de interacción que son significativos, que tienen valor simbólico, para quienes allí residen, o que son reconocidos por otros (Gieryn 2000; Leal, 1992). Ahora bien, esto ha dado lugar a que la literatura contemporánea sobre el análisis de la cultura y el territorio no se centre únicamente en analizar la ‘cultura de la ciudad’, el modo de vida que la hace distintiva, sino las manifestaciones de la cultura en el territorio en general, para poder analizarlo como un espacio significativo de interacción social y no meramente como un ‘contenedor’ de actividades, sea la ciudad u otro tipo de asentamiento humano.

Lo anterior no implica que las dimensiones física, social y cultural del territorio no guarden

relación entre sí; por ejemplo, que la concentración y densidad de población no suponga la posibilidad de un mayor grado de diversidad, y con ello, la posibilidad de un mosaico más amplio de culturas que espacios que no se corresponden con esas características, tal y como postula la teoría de las sub-culturas urbanas (Fisher, 1976). La idea, más bien, es entender que la cultura supone un elemento cada vez más importante para entender los procesos de cambio social y su manifestación en el territorio, o incluso, el hecho de concederle cierta ‘autonomía analítica’ a la hora de ofrecer explicaciones sobre los fenómenos sociales y de la forma en que se manifiestan en el territorio.

Por ejemplo, la cultura, sea en términos de industrias o clase creativa viene apareciendo como un elemento cada vez más relevante en la agenda de investigación sobre el cambio y desarrollo territorial en términos de crecimiento demográfico o económico. No se trata sólo de estudiar espacios productivos, sino también el espacio como lugar de consumo que atrae a distintos grupos sociales según el modo de vida que fomentan, cuya presencia influye en el desarrollo local (Glaeser, 1994; Florida, 2002). Del mismo modo, la cultura aparece como un factor relevante para entender algunos de los procesos de cambio que tienen lugar en el seno de las ciudades, como por ejemplo, la gentrificación, pues ésta supone tanto una barrera social, como una barrera cultural entre los barrios en atención a los modos de vida y prácticas culturales menos convencionales de los nuevos habitantes que desplazan a otros de sectores más populares, así como a sus prácticas culturales y usos del espacio urbano (Zukin, 1995; Navarro, Guerrero, Muñoz y Mateos, 2013).

Pero la cultura, entendida como estilos de vida y prácticas culturales, también aparece como una fuente de conflictos territoriales. Estos no se refieren únicamente a la lucha por el valor de uso y el valor de cambio del espacio, y los sectores que los defienden (Logan y Molotch, 1987), sino también a la legitimidad de la expresión de distintos modos de vida y uso del espacio público (Sharp, 2005). Así, por ejemplo, los nuevos movimientos urbanos no sólo se refieren a la lucha por conflictos distributivos en torno a equipamientos colectivos, sino a conflictos de orden simbólico respecto a la legitimidad de distintos modos de vida y su expresión territorial en el espacio público (Castells, 1976).

Lo anterior también se manifiesta en la creciente importancia que adquieren las ‘políticas culturales’ en el ámbito local, no sólo porque supongan una posible estrategia de desarrollo económico o un instrumento para lograr la cohesión social (Bianchini, 1993), sino, sobre todo, porque suponen un espacio híbrido entre estos dos ámbitos clásicos de las políticas urbanas, un espacio transversal que da lugar a nuevas formas de gobernanza territorial en el

que participan, tanto actores tradicionales, como otros más novedosos (Navarro y Clark, 2012).

Lo anterior constituye ejemplos sobre la creciente importancia de la cultura como elemento a considerar en el análisis sociológico del territorio en las sociedades post-industriales. Muy resumidamente, cabría sostener que esto se basa, principalmente en dos argumentos. Por un lado, al entender que el territorio debe concebirse como un lugar o espacio significativo de interacción social, no sólo como un contenedor de actividades económicas o residenciales. Y con ello, por otro lado, que por ello quizás tenga un valor analítico distintivo frente a otras posibles explicaciones respecto a los fenómenos sociales y su manifestación territorial. Se trata por tanto, de centrar el análisis en la dimensión cultural del territorio.

Partiendo de estas dos ideas, en este trabajo pretendemos abordar el análisis de algunos aspectos concretos de esta agenda de investigación referidos al primero de los asuntos expuestos: el desarrollo territorial. De hecho, en la explicación de este fenómeno vienen cobrando cada vez más importancia factores ligados a la cultura y las prácticas culturales, además de otros factores clásicos, como la localización, la especialización productiva o el capital humano.

Como recursos o ‘ventajas competitivas’ de cara al desarrollo territorial, viene realizándose un conjunto de propuestas que llaman la atención sobre la importancia de factores de índole socio-cultural (Rosdil, 2010). Por un lado, porque desde finales de la década de los ochenta, viene llamándose la atención sobre la importancia del ‘clima social’ como factor favorecedor del desarrollo, y en particular, la literatura referida al ‘capital social’. Su idea principal es que los valores cooperativos, la diversidad o la tolerancia, que son característicos de espacios específicos y difícilmente ‘exportables’ a otros lugares, son elementos que influyen en el desarrollo territorial (Blakely, 1994; Clarke y Gaile, 1998; Woolcock, 1998).

Por otro lado, porque de forma más reciente se señala la importancia de lo que pudiéramos denominar el ‘clima cultural’, el estilo de vida y prácticas culturales características de un territorio, que lo hacen reconocible, o incluso, atractivo para diferentes grupos sociales. La pregunta no es, pues, qué se produce o quién vive en un territorio, sino más bien cuáles son sus estilos de vida característicos. Por tanto, el territorio no se analiza únicamente como espacio productivo o residencial, sino también como ‘paisaje cultural’ en el que distintos estilos de vida y prácticas culturales son más o menos legítimos en cuanto a su expresión y

ocupación del espacio público (Zukin, 1995).

Es en esta última línea en la que vienen desarrollándose la perspectiva de las ‘escenas culturales’, entendida como conjunto de oportunidades de consumo cultural que, situadas en un espacio concreto, se caracteriza por fomentar el desarrollo de ciertos estilos de vida, ciertas prácticas culturales, dotando así de valor simbólico al territorio (Silver, Clark y Navarro, 2010). Para esta perspectiva, el carácter de las escenas culturales, por los estilos de vida que fomentan, puede influir, con cierta independencia de otros factores, en el desarrollo territorial porque crea el ambiente (o *buzz*) en el que se produce intercambio de información e interacción social entre agentes que pueden contribuir al desarrollo territorial.

Escenas culturales, creatividad y desarrollo territorial: el caso de España

En el marco de lo expuesto previamente, el objeto de este trabajo se centra en aplicar la perspectiva de las escenas culturales al análisis del desarrollo territorial en España, tratando con ello de avanzar en el desarrollo de esta perspectiva, tanto lo que se refiere a su validez para estudiar el carácter cultural del territorio, como su valía para explicar ciertos fenómenos sociales, tal y como sugieren Silver et al., (2010). Para ello nos hemos beneficiado del trabajo desarrollado en el marco del proyecto ‘La dinámica cultural de la ciudad’ (CSO2008-04288/SOCI), que desarrollado desde el Centro de Sociología y Políticas Locales de la Universidad Pablo de Olavide, ha tratado de avanzar en el mismo objetivo. Más concretamente, tratamos de desarrollar argumentos analíticos y evidencias empíricas sobre la aportación de esta perspectiva en el marco de la reciente literatura sobre el papel de la creatividad en la explicación del desarrollo territorial.

En este sentido, las preguntas principales, tanto de orden analítico como de orden empírico que planteamos son las siguientes. Por un lado, ¿qué son y cómo reconocer las escenas culturales?, ¿cómo influyen en el desarrollo territorial? Y por otro lado, ¿qué escenas culturales están presentes en el territorio español?, ¿cómo influyen en las desigualdades territoriales en España? Evidentemente, junto a estas preguntas iremos planteando otras, si se quiere, complementarias, que derivan de la literatura sobre creatividad y desarrollo territorial. Más concretamente, con la primera pregunta trataremos de validar la perspectiva de las escenas culturales como instrumento analítico y operativo para estudiar el territorio como lugar, como espacio significativo para la interacción social. Con la segunda trataremos de ver la valía explicativa de esta perspectiva, su contribución a la explicación de

un fenómeno respecto a otras perspectivas.

Así, en el primer capítulo se presenta la perspectiva de las escenas culturales, tanto desde un punto de vista analítico como operativo, así como su aplicación al caso español. Se trata de presentar la aportación de este nuevo enfoque frente a los otros dos que vienen centrado el estudio de la relación entre cultura y territorio, a los que denominaremos ‘distritos culturales’ y ‘barrios culturales’. El primero de éstos se centra en la localización de las actividades del sector cultural y creativo y sus efectos, el segundo lo hace sobre la localización de agentes creativos e innovadores. En cambio, la perspectiva de las escenas culturales pretende caracterizar el territorio como espacio significativo de interacción social a partir de los estilos de vida que fomenta en razón de las oportunidades de consumo cultural que existen en el mismo (Silver et al., 2010). No se trata de conocer qué se produce o quién reside, sino de qué estilos de vida, qué conjunto de prácticas culturales pueden desarrollarse en un territorio.

Después de presentar brevemente las tres perspectivas (distritos, barrios y escenas culturales), se exponen los fundamentos analíticos y operativos de la última. O de otra forma, se trata de responder a las siguientes preguntas: ¿qué son las escenas culturales?, ¿cómo se reconocen empíricamente? Posteriormente se aplica la perspectiva para el caso español con el objeto fundamental de validarla, tanto en términos de validez de constructo, como de convergencia y descriptiva. Esto se hace para tres escalas territoriales diferentes, sistemas locales de trabajo, grandes ciudades y barrios en el seno de estas, con el objeto de mostrar si la perspectiva ‘viaja’ adecuadamente a través de ellos, proporcionando así la posibilidad de realizar estudios comparados entre territorios, ciudades, así como en su interior. Los análisis muestran que las escenas se ordenan en una dimensión que distingue entre aquellas más comunitarias, caracterizadas por el valor de la costumbre, el localismo, la tradición o la formalidad, y aquellas otras más innovadoras en las que predominan, por ejemplo, la expresividad y la transgresión. Esta distinción, validada mediante análisis factorial, se distribuye de la forma esperada tanto para la geografía española, como al comparar grandes ciudades y sus barrios.

Ahora bien, la perspectiva de las escenas culturales no supone sólo una mirada diferente al hecho cultural en el territorio, sino también una forma de mirarlo algo más amplia que las otras dos perspectivas. Esto se debe a su principio básico de ‘relativismo contextual’: El territorio es significativo por los estilos de vida que fomenta, y por tanto, lo es para distintos grupos de distinta forma (Clark, 2003). Por ejemplo, aquellas escenas culturales

que fomenten estilo de vida innovadores atraerán a grupos más transgresores, menos convencionales, pero al contrario sobre otros más tradicionales. O más en general, distintos tipos de escenas atraen a diferentes colectivos, y por tanto, pueden tener diferentes efectos sobre el desarrollo territorial. Esto ofrece la oportunidad de probar la valía analítica de esta perspectiva respecto a una de las actuales líneas de trabajo sobre cultura y territorio presentadas más arriba, esto es, la relación entre creatividad y desarrollo territorial.

Desde este punto de vista, la ‘tesis de la clase creativa’ propuesta por Florida supone un ‘caso’ de estudio, entre otros posibles, para la perspectiva de las escenas culturales. Según esta tesis, la clase creativa es atraída por ambientes donde prima la tolerancia, la diversidad y la posibilidad de desarrollar prácticas culturales menos convencionales. Por tanto, sería posible ver si escenas culturales que se acerquen a esos rasgos influyen en la atracción de clase creativa, con independencia de otros posibles factores, comprobando así su valía analítica respecto a la explicación del desarrollo territorial. El análisis de este asunto se realiza en los dos siguientes capítulos de este trabajo.

Muy resumidamente, la tesis de la clase creativa sostiene, primero, que este grupo tiende a localizarse en aquellos espacios que por su clima social y cultural son más cercanos a su estilo de vida; esto es, menos convencionales, y segundo, que la creatividad que desarrollan en el desempleo de su trabajo contribuye a hacer más competitivos a los territorios en los que residen en el marco de la economía de la información (Florida, 2008). Ahora bien, el carácter de las escenas culturales ¿se relaciona con la localización de este colectivo?, ¿influye en la contribución que hacen al desarrollo territorial?

No obstante, como es sabido, la perspectiva de la clase creativa ha recibido mucha atención, pero también bastantes críticas, no sólo por sus postulados sobre el efecto de este grupo sobre el cambio urbano y territorial, sino por la propia definición del mismo. Por ello, el segundo capítulo se detiene en discutir analítica y operativamente el concepto de ‘clase creativa’. Del resultado de esta revisión propondremos el uso del término ‘ocupaciones creativas’ en vez del término de ‘clase creativa’, aunque por cuestiones de estilo en algunas ocasiones los usemos indistintamente. Y además, basándonos en la propuesta de Asheim y Hansen (2009), distinguiremos, conceptual y operativamente, sus tres sectores constitutivos en función del tipo de conocimiento, y por tanto, su grado de creatividad, a saber: núcleo creativo (conocimiento analítico), bohemios (conocimiento simbólico) y profesionales creativos (conocimiento sintético). Mientras que los dos primeros se caracterizan por plantear nuevos problemas y soluciones, el tercero lo hace,

fundamentalmente, por aplicar nuevas soluciones o generar nuevas combinaciones de alternativas ya existentes. ¿Cómo medir empíricamente cada sector en una escala territorial de ámbito local?, ¿qué peso tienen cada uno de ellos en España? En resumen, el segundo capítulo trata de responder a las siguientes preguntas: ¿qué son las ocupaciones creativas?, ¿cómo operacionalizar este concepto?, ¿cómo aplicarlo al caso español?

El tercer capítulo, en cambio, pretende responder a la siguiente pregunta: ¿dónde se localizan las ocupaciones creativas en España?, ¿qué factores lo explican?, y más concretamente, ¿cómo influye en ello el carácter de las escenas culturales? (nuestra primera prueba del valor analítico de esta nueva perspectiva). Para ello, se presenta, en primer lugar, un análisis descriptivo sobre la distribución de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo en todo el territorio español. En segundo lugar, revisamos la literatura para conocer qué factores podrían explicar tal distribución, derivando de ello algunas hipótesis que pasamos posteriormente a analizar empíricamente. Y en especial, se presentan argumentos acerca del papel que en ello juegan las escenas culturales. A este respecto, los análisis permiten concluir, por un lado, que con independencia de otros factores, las ocupaciones creativas se localizan allí donde existen escenas innovadoras frente a las más comunitarias, pero sobre todo, que esto se produce respecto a sus dos sectores más ‘genuinos’: núcleo creativo y bohemios.

El capítulo cuarto enfrenta la tarea de tratar de analizar el papel de la creatividad en la explicación de las desigualdades entre los sistemas locales de trabajo en términos de renta de sus habitantes (si se quiere, la segunda prueba del valor analítico de la perspectiva de las escenas culturales). Evidentemente, este último es un indicador básico que da cuenta de un aspecto concreto del desarrollo territorial, pero, tal y como argumentaremos, tanto por razones sustantivas, como operativas, puede resultar válido a los efectos de los objetivos de este trabajo. En concreto, pretendemos conocer si la creatividad, en términos de ocupaciones creativas o de escenas culturales innovadoras, permite explicar esas desigualdades con cierta independencia de otras perspectivas teóricas más clásicas, como la especialización productiva, el capital humano o el clima social. Para ello, y como en capítulos anteriores, después de presentar descriptivamente la distribución de la renta media por habitante en los sistemas locales de trabajo, revisamos la literatura para establecer las hipótesis que tratamos de evidenciar empíricamente, y en especial, lo que se refiere a las escenas culturales. Los análisis muestran que, una vez controlado el efecto de otros factores, en aquellos sistemas locales de trabajo donde existen escenas más

innovadoras existe mayores niveles de renta

A grandes rasgos, la revisión del trabajo realizado permite plantear algunas conclusiones respecto a las preguntas centrales planteadas al inicio sobre la relación entre creatividad y desarrollo territorial, y en particular, sobre la contribución que al respecto puede realizar la perspectiva de las escenas culturales como un enfoque que considera el territorio como lugar, como espacio significativo de interacción a partir de los estilos de vida y prácticas culturales que fomenta. O de otra forma, como un enfoque que introduce específicamente a la cultura como un factor explicativo independiente de otros más clásicos. Aunque también cabe destacar algunas limitaciones del trabajo desarrollado.

En este sentido, la perspectiva de las escenas culturales parece ofrecer una explicación diferente, complementaria, a otras perspectivas, en la medida en que no se centra en la especialización productiva o el tipo de residentes, sino en los estilos de vida que caracterizan al territorio como lugar, como espacio significativo para la interacción social. Por un lado, parece un factor explicativo de la localización de las ocupaciones creativas, y por otro lado, parece aportar cierta explicación de las desigualdades territoriales de renta, tanto directamente, como por incentivar el efecto de la presencia de las ocupaciones creativas. Las escenas culturales innovadoras, frente a las comunitarias, suponen un clima apropiado (*buzz*) para el desarrollo de la innovación y la creatividad. Esa es la aportación de la perspectiva de las escenas culturales al estudio del desarrollo territorial: se trata de un marco apropiado para la generación e intercambio de innovación y creatividad que, si se quiere, conecta los ‘distritos culturales’ y ‘los barrios culturales’ al favorecer la interacción entre agentes y actividades innovadoras en el clima cultural que supone un conjunto específico de oportunidades de consumo cultural en un territorio determinado que es significativamente atractivo para esos grupos.

Ahora bien, otra de nuestras conclusiones, es que lo anterior se da, sobre todo, para aquellos sectores más ‘genuinos’ de las ocupaciones creativas: núcleo y bohemios. Esto se evidencia tanto en los patrones de localización de estos grupos, como en su aportación en la explicación de las desigualdades territoriales de renta, tanto directa, como indirectamente a través de las escenas innovadoras. Esto sugeriría otra revisión a la idea de ‘clase’ u ocupaciones creativas, además de las introducidas en el segundo capítulo; a saber: si la creatividad supone un factor de desarrollo territorial, el análisis debe restringirse a aquellos sectores de las ocupaciones creativas que aportan más a la misma porque generan nuevos problemas y soluciones (núcleo creativo y bohemios), no sólo por la aplicación de las

últimas (profesiones creativas). Evidentemente, sería necesario constatar que los resultados alcanzados se dan en otros países, pero por ahora la literatura no ha afrontado el análisis de las ‘ocupaciones creativas’ y sus efectos sobre el desarrollo territorial diferenciando entre sus sectores constitutivos, como hemos hecho en el presente trabajo.

También podría tratar de constatar los efectos que se mostrarán mejorando la medición del desarrollo territorial. Este supone un concepto amplio, que aquí hemos reducido en términos de renta media por habitante, pero que, no obstante, cabría mejorar incluyendo otros aspectos. La literatura sobre creatividad y desarrollo urbano, por ejemplo, suele atender al crecimiento demográfico, la creación de empleo o la renta (Donegan y Low, 2008); como también, dando cuenta no sólo de desigualdades, sino de cambio en el tiempo. No obstante, a este respecto existen limitaciones operativas derivadas de la disponibilidad de información, tanto para la renta, como para otras variables independientes que hemos utilizado aquí derivadas del nuevo Censo de Población y Vivienda o la imposibilidad de acceder a otras fuentes (como la Agencia Tributaria o la Seguridad Social), lo que sin duda llama la atención de las dificultades que entraña actualmente, y en el futuro, la investigación de procesos territoriales a escalas inferiores a la comunidad autónoma o la provincia en España.

En resumen, este trabajo pretende llamar la atención sobre la necesidad de incorporar el análisis de las dimensiones culturales del territorio desde una perspectiva propiamente sociológica, esto es, que atienda a los procesos de interacción social de carácter significativo que caracterizan al territorio como lugar, y no únicamente como espacio físico en el que se desarrollan relaciones productivas, o en términos de patrones residenciales y composición social. Para ello se basa en la propuesta de las escenas culturales, aplicándola al caso español y tomando como caso de estudio el papel de los agentes creativos sobre el desarrollo local. En general, este ejercicio ha permitido constatar la especificidad de este enfoque frente a otros que analizan la relación entre cultura y territorio, así como su contribución específica para explicar la localización de los agentes creativos y el desarrollo territorial en términos de desigualdades de renta. Como resumen del trabajo realizado se presenta la tabla siguiente.

Tabla 1. Resumen de preguntas e hipótesis principales respecto a las escenas culturales, creatividad y desarrollo económico

Capítulos	Preguntas principales	Hipótesis principales desde el enfoque de las escenas culturales
Capítulo 1	¿Qué son las escenas culturales?	La distinción entre escenas comunitarias (convencionales) e innovadoras (no convencionales)
Capítulo 2	¿Qué son las ocupaciones creativas?	De la ‘clase creativa’ a las ‘ocupaciones creativas’ Los sectores de la clase creativa: núcleo, bohemios y profesionales creativos
Capítulo 3	¿Dónde residen los miembros que integran las ocupaciones creativas?	La atracción de las escenas culturales innovadoras, con independencia de otros factores (clima social, especialización productiva,...) La atracción específica de las escenas innovadoras según sectores de las ocupaciones creativas
Capítulo 4	¿Cómo influyen las ocupaciones creativas y las escenas culturales sobre el desarrollo territorial?	El efecto de las escenas culturales innovadoras, con independencia de otros factores (incluido las ocupaciones creativas) El efecto <i>buena</i> o refuerzo de las escenas innovadoras sobre la presencia de ocupaciones creativas El efecto refuerzo específico según sectores de las ocupaciones creativas

Capítulo 1. Escenas culturales: hacia una ‘mirada cultural’ del espacio

Tal y como hemos indicado previamente, el análisis de la relación entre cultura y territorio no es un área de indagación nueva para las Ciencias Sociales, y para la sociología, en particular. Aunque también es cierto que vienen cobrando cada vez mayor importancia, así como denotando un cambio relevante sobre los asuntos que la centran. En este capítulo trataremos, brevemente, de describir las principales perspectivas en el análisis contemporáneo de ese asunto, para centrarnos de forma más detallada en el enfoque de las escenas culturales con el objetivo de aplicarlo al caso español.

Así, en el primer apartado presentaremos los tres grandes enfoques que se vienen desarrollando en esta línea de investigación, a los que denominaremos: ‘distritos culturales’, ‘barrios culturales’ y ‘escenas culturales’. En el segundo apartado se presenta de forma más detallada el marco analítico que sustenta el enfoque de las escenas culturales, así como la forma operativa de llevarlo a cabo de manera empírica. En el tercero nos centraremos en su aplicación práctica, concretamente en el caso de España, describiendo las escenas culturales para tres niveles o escalas territoriales: primero, para los sistemas locales de trabajo de los que consta el territorio español; segundo, para 3 grandes ciudades españolas, concretamente Madrid, Barcelona y Sevilla, y por último, entre los barrios de estas 3 grandes ciudades, es decir, analizando internamente a la ciudad.

1.1. Cultura y territorio: actividades económicas, residentes innovadores y el carácter de las oportunidades de consumo cultural

El estudio de la cultura en la ciudad es, por tanto, un tema clásico en las ciencias sociales, incluido en el análisis sociológico. A este respecto, una idea central entre los autores clásicos de la sociología es que la ciudad supone la manifestación espacial del proceso de cambio social que da lugar a la aparición de las sociedades modernas (Munford, 1938). Así, el fenómeno urbano se caracteriza por el desarrollo de unos patrones culturales, formas y estilos de vida que lo diferencia del modo de asentamiento rural característicos de las sociedades tradicionales, como reflejo espacial del *continuum* entre ‘comunidad’ y ‘asociación’ central en el análisis sociológico. En un lado estaría el pequeño volumen

demográfico, la dispersión, los lazos fuertes y la homogeneidad en la composición social, mientras que al otro, estaría el anonimato y la diversidad, y con ello, un espacio propicio para el desarrollo y expresión de diferentes prácticas sociales y culturales (Wirth, 1938; Simmel, 1969; Redfield, 1947; Weber, 1987). La ciudad aparece, pues, como un ‘mosaico de culturas’ (Park, 1916).

Más concretamente, desde esta perspectiva clásica se sostendría que los rasgos socio-estructurales del fenómeno urbano (tamaño, concentración, densidad, espacios públicos, así como edad, nivel de estudios, nivel económico, etc.) producen patrones de relaciones sociales y estilos de vida caracterizados tanto por la diversidad, como por la especialización. Un buen resumen de esta perspectiva se encuentra en la ‘teoría de las sub-culturas urbanas’ propuesta por Fisher (1976). Básicamente sostiene que el volumen y concentración de población da lugar a que diversos grupos, con sus propias subculturas y valores, al poder alcanzar cierto volumen o ‘masa crítica’, perciben legítima su expresión pública en términos de prácticas culturales propias.

No obstante, en la literatura contemporánea pueden destacarse tres grandes perspectivas para el análisis de la relación entre cultura y territorio, que sin obviar el papel central del fenómeno urbano, de la ‘ciudad’, tienen un objetivo diferente al de este acercamiento clásico; a saber: no se centran, al menos de forma exclusiva, en la existencia de una ‘cultura urbana’, sino que analizan las formas que la cultura adopta en el territorio. Por tanto, el objetivo principal no reside en analizar el carácter distintivo de la cultura en las ciudades frente a otras formas de asentamiento, sino más bien en conocer cómo se manifiesta el hecho cultural en el territorio, y con ello, la propia delimitación de la misma.

Compartiendo esta orientación, cada una de ellas propone diferentes propuestas y conceptos para afrontar el análisis de la relación entre cultura y territorio. Obviamente, entre ellas existen ciertas yuxtaposiciones y afinidades, pero es posible diferenciarlas analíticamente ya que desde cada posición se plantean diferentes caracterizaciones del fenómeno y preguntas al respecto. En adelante cabe denominar a cada una de estas perspectivas de la forma siguiente: ‘distritos culturales’, ‘barrios culturales’ y ‘escenas culturales’. Pasamos a describirlas brevemente a continuación.

1.1.1. Los ‘distritos culturales’: la especialización productiva del territorio en actividades culturales y creativas

La primera perspectiva se centra en el análisis de la cultura como fenómeno socio-económico, esto es, trata de conocer qué actividades económicas ligadas a la cultura se localizan en un determinado territorio porque de ello se derivan diferentes efectos sobre el desarrollo económico de los mismos (Scott, 2005). Esta perspectiva postula que en el marco de las sociedades contemporáneas, marcadas por la creciente importancia de la economía del conocimiento, aquellos territorios en los que se localizan actividades económicas ligadas al sector cultural y creativo cuentan con una ‘ventaja competitiva’.

En buena medida este enfoque supone una aplicación específica del enfoque de la ‘especialización productiva’ respecto al desarrollo territorial (Glaeser, Kallal, Scheinkman y Shleifer, 1992); esto es, no se trata de que el crecimiento dependa de la especialización de los territorios en un sector, sino en el sector cultural y creativo. No en vano, sus principales aportaciones proceden de la ‘geografía económica’.

En razón de lo anterior, su idea o concepto central, basada en la literatura previa sobre los distritos o *clusters* industriales (Becattini, 1987), es el de los ‘distritos culturales’ o ‘sistemas productivos’ en torno a la cultura. Su objetivo central es conocer la especialización productiva de los territorios en torno al sector cultural y creativo, y por ello, su unidad mínima de observación son las empresas culturales y quienes desarrollan su trabajo en ellas. Podemos decir que, básicamente, se trata de la perspectiva de los ‘distritos industriales’ aplicada a un sector específico (el cultural) en atención a la creciente importancia de este en las sociedades contemporáneas.

Por tanto, la pregunta principal para conocer cómo se manifiesta la cultura en el territorio es conocer qué se produce, y la distinción entre distintos distritos culturales se hace a partir de su especialización en los distintos sub-sectores dentro del sector cultural y creativo, o de otra forma, ¿cuál es la industria cultural o creativa predominante en cada territorio? En este caso, es relevante el análisis de la conformación espacial de dichos distritos, que podemos conocer como ‘*clusters* culturales’ (Cooke y Lazaretti, 2010), ‘distritos de industrias culturales’ (Santagata, 2004), o ‘sistemas productivos culturales’ (Pratt, 2002). En todos los casos se trata de un análisis de la localización de estos sectores como actividad económica, como procesos productivos.

Así, por ejemplo, Lazzaretti, Boix y Capone (2008) analizan las industrias culturales o creativas en España e Italia diferenciándolas en 'tradicionales' (editoriales, estudios de arquitectura e ingeniería, música, cine y artes escénicas) y 'no tradicionales' (Investigación y desarrollo, software, servicios informáticos y publicidad). Sus resultados muestran que un 5,6 % en Italia y un 4,1 % en España, son trabajadores empleados en estas industrias. La comparación entre ambos países no muestra grandes diferencias: en ambos, las tradicionales tienen mayor peso que las no tradicionales. Sin embargo, con respecto a los patrones de concentración de estas industrias, sí existen notables diferencias, a pesar de la similitud entre ambos países en sus características socioeconómicas y territoriales. En Italia, existen sistemas locales especializados en industrias creativas, tanto tradicionales como no tradicionales, mientras que en España, no existe ningún sistema local especializado en industrias creativas no tradicionales. Existe también una tendencia a localizar estas industrias en grandes áreas urbanas, aunque en Italia hay mayor diversificación de estas industrias a lo largo de todo el país, mientras que en España están concentradas en unas pocas áreas metropolitanas (Madrid, Barcelona, País Vasco, Navarra, Rioja, Galicia, Valencia y Sevilla).

A su vez, Santagata (2004) diferencia tres tipos de distritos culturales. El 'distrito cultural de carácter industrial', centrado en la producción de bienes y servicios para consumo tanto interno como externo a la ciudad, como por ejemplo, la industria audiovisual o la moda; la 'ciudad de las artes', donde predomina la producción de bienes que han de ser consumidos en la localidad, ya sea sus museos y recursos patrimoniales; y, por último, la 'ciudad de la cultura' centrada en la industria del entretenimiento (teatros, espectáculos, galerías de arte). Scott (2004), por ejemplo, ofrece una amplia taxonomía en función del tipo de producto, diferenciando entre aquellos que son inmóviles y han de consumirse donde se producen (espacios históricos o culturales, eventos culturales o complejos turísticos) y aquellos que son móviles (artesanado, diseño o medios de comunicación)

Por tanto, en esta perspectiva el peso principal del análisis de la cultura recae en los sectores industriales, en su actividad económica, diferenciando en cada caso la especialización 'cultural'. Por ello se tiene en cuenta al trabajador de estos sectores, no quién vive allí, sino de quién trabaja y en qué sector lo hace. De esta forma, el territorio es visto como el lugar donde tiene lugar la especialización, la creación y elaboración de productos culturales.

1.1.2. Los ‘barrios culturales’: la atracción de residentes con estilos de vida no convencionales (artistas, neo-bohemios y clase creativa)

La segunda perspectiva se centra, fundamentalmente, en la composición social del territorio. Por tanto, su pregunta básica no es qué se produce en el mismo, sino más bien quiénes son sus residentes. Los ‘barrios culturales’ se caracterizan por el hecho de que buena parte de sus residentes se ligan a determinadas actividades relacionadas con la cultura, o al menos, porque en su composición social destaca su presencia frente a otros territorios. Ahora bien, la tesis central de esta perspectiva no se refiere tanto a lo que producen sino a su estilo de vida, que resulta distintivo respecto de aquellos que son modales en la sociedad.

De hecho, su análisis se ha centrado, principalmente, en los ‘artistas’ porque estos desarrollan un estilo de vida distintivo, o incluso opuesto, al más tradicional o imperante en sus contextos sociales, lo que promueve dinámicas de innovación, tanto en la esfera social, como en la económica. Para esta perspectiva la ciudad se presenta, no sólo como espacio físico donde se localizan actividades, sino como un espacio de interacciones sociales donde se construyen las identidades locales (Leal, 1997). Esta perspectiva no se centra, pues, en conocer qué industrias o productos se dan en un territorio, sino en la presencia de ciertos grupos sociales que promueven un estilo de vida que, por su carácter innovador, influye en la dinámica socioeconómica de los territorios en los que residen.

Tal y como hemos indicado, buena parte de los análisis, desarrollados mediante estudios de casos en barrios concretos de grandes ciudades, se han centrado en el análisis del estilo de vida bohemio de los ‘artistas’, o más en general, del estilo de vida ‘neo-bohemio’. Este se caracteriza por el desarrollo de estilos de vida no convencionales, tanto en sus formas de convivencia, como relaciones sociales y patrones de consumo que, progresivamente, se extienden al conjunto de la sociedad, generando así un clima apropiado para la difusión de la innovación, tanto cultural, como social y económica. Aún más, sus procesos productivos se caracterizan por la interdependencia, la flexibilidad y cierto grado de informalidad (Storper y Venables, 2004; Markusen y Schrock 2006), soliendo ligar sus espacios y actividades productivas con las de ocio y sociabilidad. La idea central es que sus formas de convivencia y estilos de vida menos convencionales suponen la creación de contextos favorables para el desarrollo de procesos innovadores, así como la interconexión y difusión de la innovación entre la esfera social y económica, tal como muestran Lloyd (2002, 2006) en Chicago o Currid y Williams (2010) en Nueva York.

Estos estudios han servido para ir fundamentando la idea de que la concentración de este grupo ha ido dando lugar a espacios de creatividad e innovación que redundan en el desarrollo territorial, pues no se trata únicamente de la idea clásica del artista como ‘bomehio de consumo consuntivo’ centrada en patrones de consumo cultural de carácter transgresor, sino también en la del ‘bohemia productivo’ que genera procesos de innovación (Huston, Wadley y Fitzpatrick, 2015).

En este sentido cabría situar también en esta perspectiva las aportaciones de Florida sobre la ‘clase creativa’, entendida ésta como conjunto de ocupaciones que se distinguen por el valor añadido de su creatividad en el desempeño de sus profesiones, en la esfera económica, y en el desarrollo de un estilo de vida no convencional, en la esfera socio-cultural. (Florida, 2002). Esto explica que busquen residir en enclaves que se caractericen por el fomento de tales estilos de vida, así como por realizar una contribución específica al desarrollo territorial mediante la aportación de talento creativo (Florida, 2002). Como veremos con mayor detalle en el capítulo siguiente, para esta perspectiva, los neo-bohemios serían un grupo específico de la clase creativa que se caracterizan tanto por el desempeño de ocupaciones estrechamente ligadas al sector cultural, como por un estilo de vida abiertamente no convencional, más transgresor, que las otras ocupaciones creativas, que éstas van incorporando progresivamente, y en cierta medida, al conjunto de la sociedad.

La idea general es que existen ciertos factores que atraen a estos grupos y que su presencia supone una ‘ventaja competitiva’ respecto al desarrollo territorial. Es por ello que, además de los estudios de casos centrados en describir el estilo de vida ‘neo-bohemio’, esta perspectiva ha ido dando lugar a estudios de carácter extensivo que pretenden analizar la contribución de las ocupaciones creativas al desarrollo económico (Florida, Mellander, y Stolarick, 2008), o en particular, la presencia de los artistas (Silver y Miller, 2012).

1.1.3. Las ‘escenas culturales’: espacios significativos por su oferta de prácticas culturales

Para la tercera perspectiva la pregunta relevante no se relaciona con qué se produce o quién reside en un territorio, sino qué oportunidades de consumo cultural ofrece, tanto a sus habitantes, como a potenciales visitantes. Su idea o concepto central es el de las ‘escenas culturales’, entendidas éstas como conjuntos específicos de oportunidades de consumo cultural, que situadas en un espacio determinado, lo dotan de ciertos valores y significados simbólicos. Lo relevante es considerar los estilos de vida que fomentan a partir de las

prácticas culturales que son posible desarrollar en ellas, con independencia de la relación que tengan quienes las desarrollen con el sector cultural o con el hecho de que residan en el espacio territorial donde se localizan las escenas culturales (Silver, Clark y Navarro, 2010). No se trata, pues, ni de especialización productiva, ni de composición social, sino de oportunidades de consumo cultural, de desarrollar un estilo de vida. Por tanto, el objeto de análisis lo constituyen las actividades que tienen significado simbólico y que se desarrollan en espacios concretos. O de otra forma, la pregunta no es qué se produce, ni quién reside en un territorio, sino qué prácticas culturales pueden desarrollarse en el mismo.

En buena medida esta perspectiva liga elementos y aportaciones de las dos perspectivas previas al considerar tanto el hecho de que en un territorio se desarrollen actividades productivas, como por el estilo de vida que promocionan, pero eso sí, restringiendo lo primero al consumo, y señalando que lo segundo no se debe a su composición social, sino a las prácticas culturales que pueden desarrollar quienes acuden a las escenas culturales atraídos por ellas, por el valor simbólico de tales prácticas. Esto significa, centrarse en las oportunidades de consumo cultural, entendiendo el espacio como marco que promueve relaciones sociales significativas en términos de prácticas culturales, no en las relaciones productivas que subyacen a ello. Las escenas constituyen contextos culturales que promueven y refuerzan ciertos patrones de interacción social, fomentando así el encuentro entre determinados grupos sociales y los estilos de vida que los caracterizan cuando desarrollan determinadas prácticas culturales en un espacio específico (un municipio, una ciudad, un barrio).

De aquí derivan las dos especificidades o rasgos distintivos de esta perspectiva frente a las anteriores. Por un lado, representa de forma bastante clara el cambio en la concepción, o papel de la ciudad en las sociedades post-industriales, el hecho de haber pasado de ser nicho de actividades productivas a convertirse en espacios de consumo cultural. Por otro lado, las ciudades, y más en general, los territorios, no se caracterizan únicamente por la concentración y especialización productiva, sino por las oportunidades de consumo cultural que ofrecen. El desarrollo no se relaciona, pues, únicamente con la ventaja competitiva que supone la especialización productiva, sino también con la existencia de un *'amenities premium'*, a la especialización en las oportunidades de consumo cultural que ofrecen a sus residentes y/o potenciales visitantes (Glaeser, Kolko y Saiz, 2001; Clark, Lloyd, Wong y Jain, 2002).

Por otro lado, una cuestión específica de esta perspectiva, y que la diferencia claramente de las perspectivas anteriores es la tesis del ‘relativismo contextual’, que significa que diferentes grupos sociales se ven atraídos por distintos tipos de escenas culturales. Se trata de una relación específica (relativa) entre tipos diferentes de grupo sociales y de diversos contextos (Clark, 2003). Desde esta perspectiva, la clase creativa o los neo-bohemios son grupos específicos que se relacionan con determinados tipos de escenas culturales, por ejemplo, con la escena neo-bohemia, la cual sería un lugar donde predominasen los códigos no convencionales, en base a comportamientos o actitudes transgresoras. Pero la perspectiva es igualmente aplicable a otros grupos a tenor de sus estilos de vida característicos (Silver, et al., 2010). Si se quiere, tales grupos son un caso de análisis para la perspectiva de las escenas culturales (Navarro et al., 2013).

En buena medida, esto se debe a que la perspectiva de las escenas culturales pretende caracterizar los territorios como ‘lugares’, en el sentido propuesto por Gieryn (2000). Las escenas culturales se definen y distinguen por el carácter simbólico que conceden a cada territorio, y el hecho de que, además de alojar actividades productivas o residentes, constituyen espacios sociales significativos por las oportunidades de consumo cultural que existen en ellos, dotándolos así de singularidad. Si se quiere, constituyen, en términos de Zukin (1991), distintos ‘paisajes culturales’ en los que la apariencia física y actividades que se desarrollan implican, asimismo, un conjunto de valores morales, más o menos válidos para distintos grupo sociales.

Así pues, aquí reside su especificidad frente al enfoque de los distritos y los barrios culturales: lo que resulta analíticamente relevante son las prácticas culturales que pueden desarrollarse, que tienen valor y significado diferente para distintos grupos sociales, dejando de limitar el análisis de la cultura en los territorios a la localización del sector cultural y creativo, o a la presencia de los artistas, bohemios o clase creativa. Pueden definirse escenas culturales significativas para estos grupos, pero también otras para grupos diferentes; lo relevante es conocer qué prácticas culturales pueden desarrollarse en un territorio. Las escenas suponen, pues, un concepto que pretende analizar las configuraciones de significado expresivo que caracterizan a distintos espacios para mostrar así el carácter espacial, territorial, de la vida cultural (Silver y Clark, 2015: 248).

1.1.4. Diferentes ‘miradas’ analíticas a la relación entre cultura y territorio

Evidentemente, de la descripción aportada cabe concluir que existe bastante relación entre los tres enfoques. Aquí se han tratado de presentar desde una perspectiva analítica, esto es, resaltando aquellos elementos que dan cuenta de su aportación específica. Comparten algunos elementos que remiten a la centralidad que la cultura viene adoptando en las sociedades postindustriales, la importancia de su manifestación en el territorio, así como los procesos de cambio y desarrollo territorial que promueven. Para las tres perspectivas la cultura supone un elemento central para entender la estructura y dinámica social, y a los efectos de nuestro trabajo, su reflejo en diferentes dinámicas territoriales aporta argumentos analíticos sobre ello. Ahora bien, aportan conceptos diferentes, lo que refleja, si se quiere, en el hecho de que pretenden ‘mirar’ la expresión de la cultura en el territorio de formas diferentes. Es decir, fijando el análisis en diferentes aspectos de ésta, que, evidentemente, no dejan de guardar relación entre sí. Esto es lo que ha tratado de resumirse en la Tabla 1.1.

Tabla 1.1. El análisis de la cultura en el territorio: tres perspectivas básicas

Rasgos		Perspectivas		
		Districtos culturales	Barrios culturales	Escenas culturales
Pregunta básica		¿Qué se produce?	¿Quién reside?	¿Qué prácticas culturales pueden hacerse?
	¿Qué?	Actividades económicas	Estilos de vida	Oportunidades de consumo cultural
Propuesta conceptual	¿Quién?	Empresas (y sus trabajadores)	Artistas, neo-bohemios y ‘clase creativa’	Grupos sociales diferenciados por sus estilos de vida (prácticas culturales)
	Actividad característica	Producción y relaciones laborales	Creatividad, sociabilidad e innovación	Desarrollo de prácticas culturales
El territorio/la ciudad	Como espacio	Espacio productivo: localización de actividades productivas	Espacio residencial: Nicho de relaciones Sociales	Espacio de consumo cultural: ‘lugar’ con valor y significado simbólico
‘Estilo’ metodológico		Comparaciones extensivas: tipos de ‘distritos culturales’ y sus efectos	Estudios de caso (etnografías): estilos de vida neo-bohemios Comparaciones extensivas: localización y efectos de la ‘clase creativa’	Estudios de caso: escenas culturales concretas (neo-bohemia, música, ...) Comparaciones extensivas: localización de diferentes tipos de escenas culturales y sus efectos
Tipos	Definidos según	Sector predominante	Grupo social predominante	Prácticas culturales características

Fuente: Elaboración propia a partir de Navarro (2012)

Ahora bien, tal y como hemos tratado de argumentar, la perspectiva de las escenas culturales, además de plantear una pregunta diferente, parece trascender ciertos límites de las otras dos perspectivas. Por un lado, no se centra únicamente en el análisis del sector cultural y creativo, ya que en las escenas culturales también son importantes otras actividades de consumo cultural que no tienen por qué ligarse a las que son características de esos sectores; pero en especial, porque atiende a las oportunidades de consumo cultural, no a los procesos productivos. Por otro lado, las escenas culturales no se centran en determinados grupos sociales ligados a la actividad artística o la creatividad (bohemios o clase creativa), sino que trata de aportar claves para entender el territorio como lugar, como espacio simbólicamente significativo para distintos grupo sociales. Distintas escenas culturales pueden atraer a diferentes grupos sociales y, con ello, tener diferentes efectos sobre la dinámica económica o social de los territorios. En lo que sigue trataremos de profundizar en la propuesta que hace esta perspectiva.

1.2. Escenas culturales: ¿cómo reconocerlas?, ¿cómo se analizan empíricamente?

Tal y como acabamos de indicar, la perspectiva de las escenas culturales pretende conocer el significado simbólico del espacio para distintos grupos sociales, de hecho, esa pudiera considerarse su aportación central y distintiva en el estudio de la relación entre cultura y territorio. Ahora bien, ¿cómo lo hace?, ¿cómo se reconoce una escena cultural?, ¿cómo se analiza empíricamente? En el caso de los enfoques de los distritos y barrios culturales se trata de identificar la localización y concentración de empresas o residentes creativos, respectivamente. Pero, en nuestro caso, el de las escenas, ¿cómo reconocer el valor simbólico que presenta el espacio para distintos grupos sociales?¹

1.2.1. El concepto de las escenas culturales: legitimidad, teatralidad y autenticidad

Para responder a estas preguntas la perspectiva de las escenas culturales trata de identificar las oportunidades de consumo cultural de un territorio específico a partir del conjunto de equipamientos o servicios existente en el mismo, atendiendo para ello al carácter de las prácticas culturales que fomentan y/o permiten desarrollar. Por tanto, lo que importa es

¹ La perspectiva de las escenas culturales viene siendo desarrollada en el marco de la red internacional sobre 'Cultural scenes and urban development' que coordinan los profesores Terry N. Clark (University of Chicago), Daniel Silver (University of Toronto) y Clemente J. Navarro (Universidad Pablo de Olavide). A los tres les agradezco sus sugerencias y ayuda en el avance de este trabajo.

tanto el tipo específico de actividades de carácter simbólico que permiten desarrollar, como el hecho de que se sitúen en un mismo espacio territorial, dotándolo así al mismo de valor simbólico (Silver, et al., 2010; Silver y Clark, 2015). Se trata, pues, de la expresión de significados que realizan diferentes personas a través de diferentes prácticas culturales en un espacio determinado porque allí se encuentran localizadas las oportunidades para ello.

Lo anterior supone interpretar los espacios, servicios o equipamientos de consumo cultural existentes en un territorio, desde la perspectiva de las prácticas culturales que albergan. Para ello, la perspectiva de las escenas culturales propone un instrumental conceptual a partir de tres grandes dimensiones a las que se denominan legitimidad, teatralidad y autenticidad; que a su vez, se despliegan en un conjunto de 15 sub-dimensiones (Silver, et al., 2010). Pasamos a describirlas.

La **legitimidad** se refiere a los motivos que justifican la elección de las prácticas culturales para quienes las desarrollan, la fuente de autoridad que les concede el carácter de válidas. Se trata, si se quiere, de las razones por las que ciertas personas o grupos acuden a un espacio concreto porque allí se pueden desarrollar prácticas culturales que consideran válidas, legítimas. A este respecto, en la literatura cabe distinguir diferentes tipos de motivos, entendidos como ‘los términos con los cuales se produce la interpretación de la conducta por los actores sociales’ (Wright, 1964: 345). Por ejemplo, la distinción clásica propuesta por Weber entre costumbre, carisma, racionalidad orientada a fines y orienta a valores (Weber, 1987). Pero también cabría destacar la importancia de motivaciones orientadas a la búsqueda de la distinción mediante el consumo ostentoso, según Veblen (1974). Basándose en estas aportaciones, la perspectiva de las escenas culturales distingue cinco subdimensiones. Por un lado, el *tradicionalismo*, la legitimidad de prácticas culturales ligadas a la tradición, la historia o las costumbres, como por ejemplo, las corridas de toros, el museo arqueológico, etc. La *expresividad*, en cambio, implica la posibilidad de experimentar la creatividad y la expresividad artística de otros, o incluso practicarla y desarrollarla uno mismo; por ejemplo, a través de representaciones teatrales, conciertos, actuaciones en directo, música en vivo, etc. El *utilitarismo*, en cambio, se refiere a situaciones donde la práctica se orienta por una lógica de un cálculo de costes y beneficios, o de otra forma, se hace porque se valora por cierto rendimiento, no por la experiencia propiamente dicha; por ejemplo un restaurante de comida rápida. La subdimensión del *igualitarismo* supone la posibilidad de disfrutar de espacios donde prima la universalidad, el trato igualitario, como por ejemplo, en espacios y servicios públicos como un parque o una biblioteca. Por último,

el *carisma* se refiere a prácticas culturales que se justifican, tienen valor, por el aura que rodea a la misma, o a un personaje destacado y su estilo de vida, como podrían ser personajes famosos, diseñadores, la moda, eventos deportivos con sus estrellas.

La **teatralidad** se refiere a la forma en que se evidencia públicamente el desarrollo de las prácticas culturales, el modo en el que las personas que desarrollan prácticas culturales en una escena se presentan, y por tanto, se reconocen mutuamente por sus comportamientos y apariencia externa. Esta dimensión trata de reconocer la importancia de la apariencia como un elemento importante de los procesos de interacción social, en la línea del análisis dramático de las microsociologías (Goffman, 1959, 1974). A este respecto Blum (2003) destaca la importancia del *exhibicionismo* y la *transgresión*, la importancia de visualizar externamente, de una forma muy visible, la apariencia exterior (salones de belleza, discotecas, eventos de moda, etc.), así como el posicionamiento que ésta denota respecto a las convenciones estéticas existentes en un contexto social determinado (salón de tatuajes, piercing, clubs nocturnos, etc.). En el primer caso, lo que importa es dejarse ver y ser visto, en la segunda mostrar disconformidad con la cultura modal y las prácticas que la caracterizan. La tercera subdimensión referida, el *glamour*, también supone distinción estética, pero por mostrar la belleza exterior, la elegancia y el gusto sofisticado, por ejemplo, en los desfiles de moda, el diseño de alta costura o la joyería. La *formalidad*, en cambio, supone que el consumo cultural se caracteriza porque priman la presencia impersonal y las normas y cánones establecidos, vistiéndose y comportándose acorde a los mismos, como por ejemplo, al ir a la ópera, un restaurante tradicional, el golf, etc. Pero, por último, en la representación pública de las escenas también puede ser importante la idea de la interacción, la cercanía, la *vecindad*, lo conocido, reforzando así la idea de familiaridad: lo importante es el trato con los conocidos, como ocurre, por ejemplo, en la taberna del barrio, el mercado municipal o las tiendas del barrio.

La tercera dimensión para el enfoque de las escenas culturales, **la autenticidad**, se refiere a la afirmación de un rasgo de identidad cuando se realiza o comparte alguna práctica cultural. Esta experiencia se considera real, genuina y que proporciona reconocimiento, el hecho de sentirse parte de un grupo (Taylor, 1992). Para ello la perspectiva de las escenas culturales delimita cinco subdimensiones: localismo, etnicidad, mundo empresarial, estatismo y racionalidad. La idea de *localismo*, o autenticidad local según Zukin (1989), se refiere a la adhesión, el apego que se tiene a valores y prácticas que definen la identidad local, que en definitiva llevan a experimentar o sentirse de un lugar específico (aunque no se

haya nacido allí), por ejemplo, visitar un museo histórico o comprar artesanía local. La *etnicidad* se refiere a la posibilidad de disfrutar de una tradición o práctica característica de algún grupo cultural o étnico específico (ir a un restaurante japonés, música étnica, flamenco, etc.). La subdimensión *mundo empresarial* supone la adhesión respecto a grandes marcas y/o sus personajes, a nuevas tendencias, y en definitiva a un ‘consumo de marcas’ que confiere reconocimiento por la distinción que esta aporta (consumir Coca-Cola, ir a ZARA en lugar de otros productos sin grandes marcas). El *estatalismo* se refiere al sentimiento de adhesión a la comunidad política, al Estado, el sentido de pertenencia derivado de la oficialidad estatal, por ejemplo un equipamiento público, una embajada o una agencia autonómica, etc. Por último, la *racionalidad* supone la identificación con los principios del pensamiento racional, el conocimiento, el valor a la lógica y la razón, por ejemplo, en un centro universitario o una biblioteca.

En su conjunto, estas 15 subdimensiones pretenden captar algunas de las razones, formas externas y adhesiones colectivas que implican el desarrollo de ciertas prácticas culturales. Ahora bien, la idea de las escenas culturales es que pueden localizarse tales prácticas porque tienen lugar en equipamientos y servicios concretos y que, además, estos tienden a localizarse en un espacio concreto en función de la afinidad existente entre ellos en razón de esas sub-dimensiones, dotándolos así de reconocimiento y significado, y con ello, atrayendo a distintos grupos sociales. Las escenas son, pues, espacios en los que se manifiestan diferentes estilos de vidas en atención a las prácticas culturales que allí pueden desarrollarse, las razones que las justifican y le conceden valor, la forma en que son reconocidas externamente y la sensación de pertenencia que generan. En la Tabla 1.2 se recogen las tres dimensiones presentadas, con sus respectivas subdimensiones, junto con su definición y algunos ejemplos de equipamientos característicos según la naturaleza de cada subdimensión.

Tabla 1.2. Las escenas culturales: dimensiones y subdimensiones

Dimensiones	Subdimensiones	Definición	Ejemplos de equipamientos
Legitimidad: las razones o motivos	Tradicionalismo	Consonancia con la tradición, la costumbre, historia o patrimonio.	Lugares históricos, museos arqueológicos, archivos
	Expresividad	La posibilidad de auto-expresión, la originalidad y creatividad o disfrutar de lo que otros hacen.	Actuaciones en directo, compañías de danza, galerías, tatuajes
	Carisma	Las características únicas y especiales de un individuo, grupo o práctica	Festivales de cine, moda, flamenco, golf
	Igualitarismo	El cumplimiento del bien común del grupo	Parques públicos, Bibliotecas
	Utilitarismo	Actividades marcadas por su eficiencia para un fin determinado	Restaurantes de comida rápida, centros de convenciones
Teatralidad: posibilidad de verse a sí mismo y ser reconocido por los demás	Exhibicionismo	El placer que implican ser visto por otros	Moda, discotecas
	Transgresión	Quebrantar reglas, normas y convenciones, mostrar el rechazo a la cultura y valores dominantes.	Clubs nocturnos, tatuajes, piercing
	Glamour	Estar a la moda, ser parte de ella, buscar el reconocimiento a través de la belleza exterior	Festivales de cine, producciones, moda
	Formalidad	Adecuarse a los códigos formales de conducta y apariencia	Opera, galas, golf
	Vecindad	La importancia de las relaciones cercanas, cara a cara, entre conocidos	Pequeños comercios, artesanías
Autenticidad: sentirse identificado con un grupo	Localismo	La vivencia de las raíces, personas y lugares cercanos	Lugares históricos, comercios al por menor
	Etnicidad	Sentir la pertenencia a un grupo étnico	Flamenco, música folclórica, restaurantes mexicanos o tailandeses
	Mundo empresarial	La adhesión al consumo de ‘marcas’ para definir un estilo	Centros de convenciones, parques temáticos
	Estatalismo	El sentimiento de ciudadanía, el estado-nación, a la comunidad política, como referente identificativo	Embajadas y Delegaciones, lugares históricos, Bibliotecas
	Racionalidad	El pensamiento racional de carácter universal	Investigación y desarrollo, Bibliotecas, Aquarium, museos de ciencias

Fuente: Elaboración propia a partir de Silver, et al., (2010) y Navarro (2012).

En resumen, la idea central es que cada uno de los equipamientos y servicios existentes en la ciudad pueden ‘leerse’ a través de esta ‘gramática de las escenas culturales’ (Silver, et al., 2010), pues diferentes tipos de legitimidad, teatralidad y autenticidad (las subdimensiones) son elementos constitutivos, o al contrario, se oponen, a las prácticas que en ellos se

desarrollan. Por ejemplo, un salón de tatuajes es transgresor, pero nada formal, al contrario que el teatro de la ópera; cerca del primero quizás existan pubs o tiendas de ropa de segunda mano y de la segunda tiendas de instrumentos musicales y, por lo común, no suelen situarse en un espacio cercano dentro de la ciudad. Estarían dando cuenta, pues, de dos tipos de escenas culturales.

1.2.2. La medición de las escenas culturales: de los espacios de consumo cultural a la combinación de subdimensiones

Pero, ¿cómo reconocer empíricamente la presencia de esas subdimensiones? Para ello, desde un punto de vista operativo, se codifica qué importancia tienen cada una de las subdimensiones en diferentes servicios o equipamientos que ofrecen oportunidades de consumo cultural. Esto supone, en primer lugar, seleccionar un conjunto de servicios o equipamientos. Estos han de cumplir, al menos, dos criterios. Por un lado, han de estar orientados al consumo, no a la producción (museos, pero no fábricas, por ejemplo). Y por otro lado, deben estar potencialmente presentes en todo los territorios objeto de análisis (Silver, et al., 2010: 2303). No significa que la cultura sea exclusivamente este conjunto de equipamientos, de espacios físicos, pero sí que a través de ellos pueden captarse las prácticas culturales que en ella se desarrollan (Lucchini, 2002).

En segundo lugar, se puntúa cada uno de los servicios seleccionados en cada una de las 15 subdimensiones utilizando una escala Likert de 5 puntos cuyos extremos son si la naturaleza del equipamiento se opone totalmente a la subdimensión (valor igual a 1) y si se trata de una subdimensión imprescindible para dar cuenta de la naturaleza y características del equipamiento (valor igual a 5). El valor 2 indicaría que tiene un carácter opuesto a la subdimensión y el 4 que se trata de una característica del equipamiento. Por último, el valor 3 se asignará cuando la subdimensión y el equipamiento no presenten ningún tipo de relación con la subdimensión que se trate, es decir, que se considere un rasgo totalmente neutro, que no define, ni en un sentido ni en el otro, la naturaleza del equipamiento. Esto supone que cada servicio o equipamiento adopta un valor en cada subdimensión, y por tanto, su mayor o menor presencia dota de especificidad a los territorios en los que se localizan² Más concretamente, con este fin se calcula, en tercer lugar, un indicador de especialización (*performance index*) para cada una de las subdimensiones en cada territorio

² En el Anexo 1.1 puede consultarse con detalle la escala de medición utilizada.

que pretenda analizarse. Para la construcción de este índice, se calcula en primer lugar el índice de intensidad de cada subdimensión como sumatorio del número de equipamientos de un tipo multiplicado por la puntuación del equipamiento en la subdimensión. Posteriormente, este indicador de intensidad se divide por el sumatorio del número de equipamientos existentes en la ciudad, obteniendo así el *'performance index'*. Con ello se pretende evidenciar el nivel de especialización del territorio en cada subdimensión, es decir, en qué subdimensiones destaca un territorio frente a otros, pudiendo así delimitar su 'perfil cultural', como muestran Muñoz, Rodríguez y Navarro (2012) para distintas ciudades españolas o Silver et al., (2010) para regiones y ciudades en Estados Unidos.

A partir de aquí, y en cuarto lugar, las escenas culturales se medirían como combinaciones concretas de los valores del índice de cada subdimensión. Para ello, tal y como señalan Silver et al., (2010) pueden adoptarse dos vías. Una sería de corte analítico mediante la delimitación de 'modelos' de escenas culturales. Para ello se definen previamente qué combinaciones caracterizan un tipo de escena cultural. Por ejemplo, la bohemia sería la combinación de la expresividad, transgresión, exhibicionismo, carisma, localismo y etnicidad, mientras que sería totalmente opuesto al corporativismo, utilitarismo, tradicionalismo, igualitarismo, racionalidad, vecinal y a lo estatal. Esto es, el valor 5 o 4 en las 7 primeras, el valor 1 o 2 en las 7 siguientes, y el valor 3 en el resto de subdimensiones no mencionadas. Posteriormente, se mediría el sumatorio de la desviación del valor de las subdimensiones en cada territorio respecto a ese modelo teórico, como estos autores hacen para el caso de Chicago, Los Ángeles y Nueva York.

La otra vía para estudiar las escenas culturales sería de corte empírico, analizando qué combinaciones específicas resultan al analizar el valor que adoptan las subdimensiones en los territorios que son objeto de análisis, por ejemplo, mediante la aplicación de análisis factorial y, sobre sus resultados, análisis *cluster*, como hacen, por ejemplo, Muñoz et al., (2012) para las ciudades españolas de 50 mil y más habitantes. Como resumen, en la Tabla 1.3 se muestra el proceso de medición de las escenas culturales.

Tabla 1.3. El proceso de medición de las escenas culturales

Unidad	Tarea	Descripción
Servicios o equipamientos	1ª) Selección equipamientos, servicios, espacios culturales	Criterios de selección: 1)Muestran oportunidades de consumo cultural 2)Potencialmente pueden aparecer en cualquiera de los territorios objeto de análisis
	2ª) Caracterización	Codificación de cada servicio o equipamientos en las 15 sub-dimensiones (escala likert 5-puntos)
Territorios	3ª) Índice de <i>performance</i> para cada sub-dimensión en cada territorio ISD = Indicador de intensidad de cada sub-dimensión PI = Índice de <i>performance</i> de cada subdimensión, donde : EQ =Equipamiento Din =Puntuación del equipamiento i en la subdimensión n)	$ISDi = \sum (EQi * Din)$ $PIi = ISDi / \sum EQ$
Escenas culturales	Combinaciones específicas de las 15 sub-dimensiones	Escenas ‘teóricas’: desviaciones de combinaciones en valores de las 15 sub-dimensiones definidas teóricamente Escenas ‘empíricas’: configuraciones (patrones de relaciones) entre las 15 sub-dimensiones a partir de análisis empírico

Fuente: Elaboración propia a partir de Silver et al., (2010) y Navarro (2012)

1.3. Escenas culturales en España: validación y descripción para distintos niveles territoriales³

En este apartado pretendemos aplicar la perspectiva de las escenas culturales al caso español. Con ello se pretenden alcanzar tres objetivos. Uno de índole operativo: mostrar cómo aplicar empíricamente esta perspectiva, las fuentes de datos empleadas y la aplicación de la metodología recién mencionada. Otro de índole analítico: conocer la validez de constructo de la propuesta para elaborar un referente genérico para la medición de las escenas culturales en términos del *continuum* ‘escenas comunitarias’ frente a ‘escenas innovadoras’ que se ha empleado en otros estudios (Navarro et al., 2012; Muñoz et al.,

³ El desarrollo de la perspectiva de las escenas culturales en España viene siendo desarrollado desde el Centro de Sociología y Políticas Locales de la Universidad Pablo de Olavide. En concreto, buena parte del trabajo que se presenta a continuación se ha realizado en el marco del proyecto ‘La dinámica cultural de las ciudades’, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (CSO2008-04288/SOCI), desarrollado en ese centro, habiendo participado la autora en su desarrollo, cuyos resultados principales pueden consultarse en <http://www.upo.es/cspl/scenes/>.

2012). Y por último, otro de índole descriptivo, al mostrar el carácter y extensión de las escenas culturales en España, y con ello, en parte, también su validación descriptiva, en la medida en que los resultados se correspondan con conocimientos o análisis previos⁴.

Estos tres objetivos se desarrollarán para diferentes escalas territoriales: sistemas locales de trabajo, ciudades y barrios. Los primeros tal y como han sido definidos por Boix y Galletto (2004), suponen agrupaciones de municipios que constituyen mercados locales definidos por las pautas de movilidad residencia-trabajo. La delimitación se realiza a partir de datos de población ocupada residente, población ocupada total y desplazamientos del lugar de residencia al lugar de trabajo (Boix y Galletto, 2004: 11). Esta clasificación da cuenta de un total de 806 unidades territoriales en España. Estas agrupaciones de municipios varían desde aquellas que concentran un gran volumen de población, como Madrid (5.316.487 habitantes) o Barcelona (3.046.956 habitantes)⁵, hasta aquellas otras de tamaño más reducido que darían cuenta de ‘sistemas locales de trabajo’ de carácter rural, considerando éste desde una perspectiva meramente demográfica⁶.

Utilizaremos estas unidades territoriales porque ofrecen ciertas ventajas frente a otras para la realización de análisis comparativos.

La consideración del ámbito municipal presenta problemas metodológicos relacionados con la existencia de flujos residencia-trabajo intermunicipales cada vez más comunes en la realidad española, o incluso flujos intermunicipales relacionados con pautas de consumo o el acceso a servicios, como por ejemplo, las áreas comerciales que define la Fundación La Caixa en sus Informes Socioeconómicos. Esto aconseja realizar análisis comparado a una escala algo más amplia que supongan agrupaciones de municipios para dar cuenta de la dinámica territorial existente entre ellos, en términos de mercado inmobiliario, de trabajo o, incluso, de ocio y consumo de servicios públicos.

Este podría ser el caso de las áreas metropolitanas, cuya delimitación también considera la realidad de la movilidad intermunicipal por razones laborales (Feria, 2008). Sin embargo, en

⁴ Con ello se analizará la validez de constructo, mediante las relaciones existentes entre las 15 subdimensiones, y la validez descriptiva, con el hecho de que los resultados muestren cierta coherencia con conocimientos u observaciones previas del fenómeno (Weber, 1990).

⁵ Se corresponden con el 13 % (Madrid) y el 7,4 % (Barcelona) sobre la población total.

⁶ Agradezco al profesor Boix haberme facilitado la delimitación de los sistemas locales de trabajo derivada de sus investigaciones.

este caso quedaría fuera de los análisis buena parte de la geografía y población española, todos aquellos que residen en municipios que no se integran en un área metropolitana⁷. En cambio, los sistemas locales de trabajo (en adelante SLT), permiten analizar todo el territorio y no sólo los municipios incluidos en tales áreas; incluyendo, además, espacios que no son ‘urbanos’, al menos en cuanto a su volumen demográfico o su vinculación a una lógica metropolitana.

Respecto a las ciudades nos centraremos en tres de ellas: Barcelona, Madrid y Sevilla. Se trata de ciudades bien conocidas y de las que existe alguna literatura sobre su clima cultural y oferta de oportunidades de consumo cultural⁸. Esto permitirá constatar la valía del enfoque de las escenas culturales mediante el análisis comparativo de sus ‘perfiles culturales’, sus puntuaciones en las 15 subdimensiones. Y en tercer y último lugar, se validará esta perspectiva a nivel de barrios de esas ciudades. De esta forma podremos evaluar la valía de la perspectiva de las escenas culturales para una escala infra-municipal, y por tanto, para el estudio de la dinámica interna de las ciudades⁹.

1.3.1. El análisis de las escenas culturales en España

Tal y como hemos indicado anteriormente, el punto de partida para analizar las escenas culturales consiste en seleccionar aquellos espacios, servicios o instalaciones que permiten el desarrollo de prácticas culturales, y para los que, además, existe información sistemática al nivel de agregación territorial al que pretendemos desarrollar el análisis. En nuestro caso hemos utilizado como fuente de datos el Directorio Central de Empresas de las Cámaras de Comercio, para el año 2001¹⁰ que permite localizar el número de instalaciones existentes a nivel de sección censal, y por agregación, a cualquier nivel territorial. Esta fuente permite identificar los espacios de consumo cultural mediante códigos de la Clasificación Nacional

⁷ A partir de la clasificación de áreas metropolitanas realizada por Feria (2008), 6.880 municipios no pertenecen a ellas, que se corresponden con el 32 % de la población total residente en España, según datos del Censo de Población y Viviendas 2001 (INE). Agradezco, asimismo al profesor José María Feria, el poder utilizar su clasificación de áreas metropolitanas.

⁸ Un análisis comparativo para todas las ciudades españolas de 50 mil y más habitantes puede consultarse en Muñoz et al., (2012).

⁹ Para la delimitación de los barrios se ha utilizado la información ofrecida por responsables de los gobiernos municipales de esas tres ciudades, a quienes agradecemos su ayuda..

¹⁰ Se utilizan datos de 2001 ya que para el resto de análisis que aparecen en la tesis se necesitan datos sociodemográficos disponibles en el Censo de Población y Vivienda 2001, que no han podido localizarse en otras fuentes de datos más actualizadas.

de Actividades Económicas (CNAE-93) a 4 dígitos. Esto ofrece un nivel de desagregación de actividades y ámbitos territoriales apropiado para el desarrollo del análisis. Del conjunto de todas las categorías CNAE a cuatro dígitos, y siguiendo los criterios antes expuestos, se han seleccionado aquellas que suponen la oferta de oportunidades de consumo cultural. Para ello se han aplicado los criterios de selección mencionados anteriormente, así como otras propuestas existentes en la literatura acerca del análisis de espacios de consumo cultural en las ciudades (por ejemplo, Florida, 2002; Boschman y Fritsch, 2009; Clifton, 2008; Hansen, 2007), pero incluyendo además otras actividades comerciales por considerar que son espacio de consumo cultural cercano relevantes para caracterizar las escenas culturales (ropa, tiendas de segunda mano o antigüedades): tal y como, por ejemplo, hace Zukin (2004) para caracterizar los ‘paisajes culturales’ en las ciudades. En concreto, las actividades seleccionadas se encuentran recogidas en el Anexo 1.2. Posteriormente se han codificado cada una de ellas en las 15 subdimensiones por un equipo de codificadores previamente entrenados, procediendo posteriormente a la validación de las codificaciones y asignado un valor a cada equipamiento en cada subdimensión¹¹. Posteriormente se ha calculado el índice de *performance* para cada unidad territorial (sistemas locales de trabajo, ciudades y barrios) de la forma mencionada en el apartado anterior. Esto muestra el valor de cada subdimensión en cada territorio o si se quiere, su perfil cultural desde la perspectiva de las escenas culturales. Para definir las escenas culturales hemos utilizado una perspectiva empírica, aplicando para ello análisis factorial de componentes principales. Mediante esta técnica pretendemos conocer la estructura subyacente de la matriz de datos que configuran los índices de *performance* de las 15 subdimensiones en cada territorio analizado, pudiendo así conocer cómo se combinan las diferentes subdimensiones, lo que orientará sobre la presencia de diferentes escenas culturales a partir de los factores resultantes del análisis. Para validar la pertinencia y validez de los análisis hemos aplicado la prueba de esfericidad de Barlett y la prueba KMO para las variables incluidas¹². Se ha aplicado el método de componentes principales y rotación *varimax*, considerando aquellos cuyos autovalores sean

¹¹ Este proceso se ha desarrollado en el marco del proyecto ‘Las dimensiones culturales de la ciudad’ (CSO2008-04288/SOCI). El equipo de codificación estaba formado por 13 personas, habiendo realizado dos rondas de codificación. El valor asignado a cada equipamiento ha sido la media asignada por los codificadores, una vez analizado el nivel de congruencia de sus puntuaciones. Los detalles del proceso de codificación y su validación pueden consultarse en el capítulo 2 de Navarro (2012).

¹² Ambas pruebas nos ofrecen información sobre la pertinencia del análisis en base a la existencia de intercorrelaciones entre las variables.

mayores a 1 (o lo que es lo mismo, se seguirá la conocida como regla de Kaiser), valorando el porcentaje de varianza explicada por cada factor¹³.

1.3.2. Escenas culturales en diferentes escalas territoriales: sistemas locales de trabajo, grandes ciudades y barrios

1.3.2.1. Escenas culturales en los sistemas locales de trabajo

En la Tabla 1.4 se presentan los descriptivos de los indicadores de *performance* para las 15 subdimensiones para el conjunto de los sistemas locales de trabajo. Puede apreciarse que, en general, sus valores medios se sitúan entre 2,28 y 3,66, sin llegar a un punto de desviación típica en ninguno de los casos. Por tanto, no existe un alto grado de dispersión, estando los valores bastante centrados en torno a la media (recordemos que la escala originaria oscilaba entre 1 y 5).

Tabla 1.4. Escenas culturales en los sistemas locales de trabajo: indicador de *performance* para las 15 subdimensiones (2001)

Indicadores de <i>performance</i>	Estadísticos descriptivos		
	N	Media	Desv. Típica
Tradicionalismo	806	3,15	0,07
Utilitarismo	806	3,67	0,04
Expresividad	806	2,93	0,06
Igualitarismo	806	3,12	0,04
Carisma	806	2,84	0,04
Exhibicionismo	806	2,84	0,03
Transgresión	806	2,29	0,02
Glamour	806	2,90	0,06
Formalidad	806	3,55	0,03
Cercanía/vecindad	806	3,38	0,05
Localismo	806	3,09	0,03
Etnicidad	806	2,83	0,02
Mundo empresarial	806	3,59	0,03
Oficialidad estatal	806	2,83	0,01
Racionalidad	806	2,94	0,02
N= 806 SLT			

Fuente: Elaboración propia

¹³ La rotación ortogonal *varimax* nos ayudará a hacer la matriz de cargas factoriales más fácilmente interpretables, sin modificar la comunalidad de cada variable, es decir, sin afectar a su bondad de ajuste (Hair, Black, Babin y Anderson, 2009).

La aplicación del análisis factorial para estas subdimensiones muestra la relevancia de al menos 2 dimensiones latentes claramente interpretables, que explican un total de un 59,57 %¹⁴; la primera explicada por el 33,65 % de la varianza, y la segunda por un 25,9 % (ver Anexo 1.4). La regla de autovalores (r de Kaiser) destaca 4 factores, pero el tercero y cuarto aportan poca varianza explicada. El factor 1 muestra claramente una escena con alta saturación en características innovadoras (exhibicionismo, transgresión, glamour, carisma) frente a otras claramente contrapuestas (igualitarismo o cercanía). En el segundo factor tienen saturaciones muy altas subdimensiones que podrían conformar una escena más comunitaria (tradicionalismo, formalidad, localismo y etnicidad). De esta forma, se estaría reflejando la idea de un consumo de distinción en contraposición con un consumo más universal, abierto y cercano; lo que podríamos denominar consumo cultural ‘de distinción’ y consumo cultural ‘popular o cotidiano’ (Bourdieu, 1999; Grignon y Passeron, 1992). Por tanto, hablaríamos de una escena donde se expresa cierto rechazo a la cultura dominante, queriéndolo mostrar públicamente, frente al comunitarismo de barrios y vecindarios donde la vida en común es parte de la cotidianidad.

En buena medida, el primero liga las ideas de ‘consumo consuntivo’ de Veblen (1974) en torno a la idea de distinción y glamour, basada en la legitimidad que proporciona la expresividad artística, así como la relación de éstas con el carisma y las ideas de exhibicionismo y transgresión del individualismo y la ‘vida bohemia’ en la caracterización clásica del estilo de vida de los artistas (Huston et al., 2015). Predominan, pues, las ideas de distinción e innovación frente al convencionalismo. Este sería, en cambio, el aspecto fundamental de la otra dimensión, donde la legitimidad de las prácticas culturales proviene de la tradición y la costumbre en vez de la expresividad individual, la formalidad en las formas externas, así como el reconocimiento de lo cotidiano y la identificación con las raíces locales, un clima cultural de carácter comunitario de reconocimiento y obligaciones mutuas (Etzioni, 1995).

Ambas ideas parecen ser validadas a partir de los factores resultantes del análisis, mostrando la posible combinación de dichas subdimensiones para conformar un *continuum* entre escenas comunitarias e innovadoras (o si se prefiere, convencionales y no convencionales, tal y como señalan Rodríguez, Mateos y Navarro (2012). Las subdimensiones mencionadas saturan claramente en uno u otro sentido, y el resto, como empresa, estado, utilitarismo o racionalidad, tienen unos niveles muy bajos de saturación en

¹⁴La varianza explicada por cada factor se ha reducido al interpretar las matrices de factores rotados.

ambos factores. No obstante, cabría ubicarlas en algunos de esos dos polos por su relación analítica con el resto de subdimensiones, pues mientras que la primera remite a la idea de distinción, (la marca empresarial como diferenciadora), las otras lo hacen a valores e identificaciones comunes en vez de particularistas (la comunidad política o los principios de la razón).

Así pues, cabría combinar estas subdimensiones¹⁵, mediante la media de los valores de los índices de *performance* en cada territorio, para crear un indicador de escenas comunitarias y otro de escenas innovadoras, y posteriormente, mediante una resta de sus valores, crear un *continuum* que mediría si, en su conjunto, cada territorio se orienta en mayor medida a una escena comunitaria – o convencional (valores negativos)- o una escena innovadora –o no convencional (valores positivos)-, o más bien presenta una orientación neutra entre ambos (valores cercanos a cero).

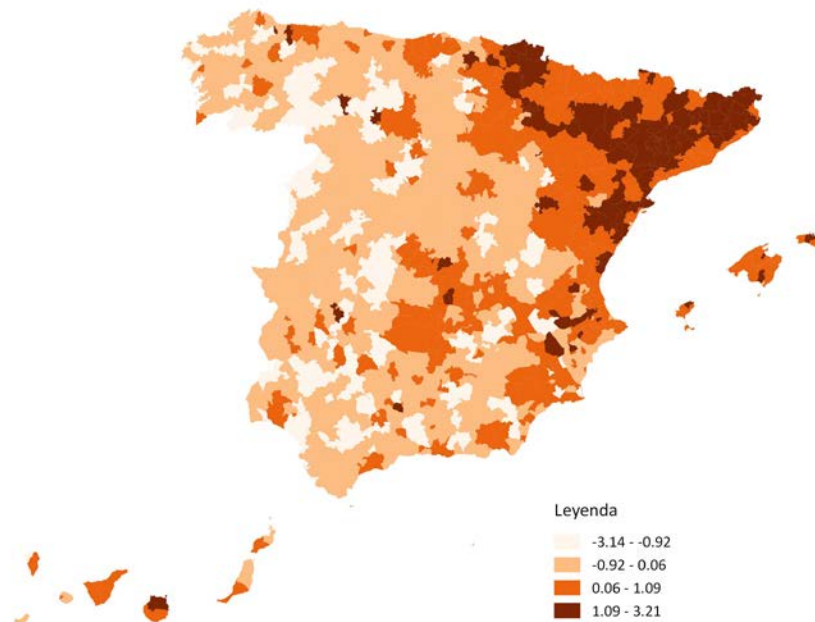
¿Cómo se distribuye este indicador entre los sistemas locales de trabajo? En la Figura 1.1 se representa la orientación de las escenas culturales en el territorio, desde los colores claros para las escenas más comunitarias hasta colores más oscuros que indican la presencia de escenas más innovadoras¹⁶

¹⁵ En el Anexo 1.3 se puede consultar la combinación de las subdimensiones para la conformación del indicador de escena cultural (convencional<->no convencional).

¹⁶ Para la visualización de la información descriptiva se han representado los intervalos divididos en 4 rangos utilizando los cortes mediante *natural breaks*, que analiza la varianza de los casos y los agrupa según el criterio de mayor cercanía.

Figura 1.1. Escenas culturales en los sistemas locales de trabajo (2001)

Escenas culturales: comunitarias <-> innovadoras



Fuente: Elaboración propia

En el mapa se advierte claramente la diferencia entre la zona costera del levante y norte del país, con escenas que se orientan al polo innovador (color más oscuro) y el interior, con escenas más orientadas hacia el polo comunitario (color más claro). Pero también se aprecia claramente el carácter innovador de las escenas culturales en las grandes áreas urbanas. En buena medida, este mapa vendría a mostrar que el carácter de la oferta de oportunidades cultural en las grandes ciudades y las zonas de litoral es muy diferente al de las zonas del interior. En ello puede contar la diversidad que caracteriza al fenómeno urbano, tal y como hemos indicado al inicio de este capítulo (Park, 1916; Fisher, 1976), y por tanto, la distinción en el eje comunidad-asociación clásico del análisis sociológico. Pero también, la importancia de los estilos de vida más transgresores, exhibicionistas o glamurosos que implica la oferta de actividades culturales y de entretenimiento de las zonas turísticas, sin que tenga que existir vinculación con el fenómeno urbano, al menos, desde un punto de vista demográfico. De hecho, la correlación entre el número de residentes en los sistemas

locales de trabajo y la orientación de las escenas culturales es, aunque estadísticamente significativa, relativamente baja (igual a 0,20). En buena medida, el mapa parece reflejar adecuadamente las diferencias en el carácter de las oportunidades de consumo cultural en la geografía española; aunque no existan otras evidencias similares para contrastarlo de forma más precisa que la mera observación.

En este sentido, además de su validez de constructo (factorial), y su validez descriptiva, cabe indagar sobre su validez por convergencia (o divergencia) respecto a otros fenómenos similares. Aquí trataremos de hacerlo respecto a los otros dos enfoques planteados. Por un lado, dada su afinidad, cabe esperar que exista una relación positiva, pero, por otro lado, también cabe esperar que no sea muy estrecha porque se trata de perspectivas diferentes. Con este objetivo hemos calculado la correlación entre el indicador de las escenas culturales y otros dos indicadores. Por un lado, el porcentaje de residentes que, según su ocupación, se dedican a actividades artísticas sobre el total de población ocupada, a los que en el siguiente capítulo, al revisar la literatura sobre la ‘clase creativa’, denominaremos ‘bohemios’ y se caracterizan por un estilo de vida más transgresor (Florida, 2002a). Por otro lado, la densidad de oportunidades de consumo cultural, el número de establecimientos por cada 1.000 habitantes, que daría cuenta de la localización de este tipo de actividades económicas, como suele ser habitual en la literatura de la perspectiva de la especialización productiva respecto al sector cultural y creativo (por ejemplo, Hansen, 2007).

Los resultados muestran una asociación positiva entre los tres indicadores, aunque de una magnitud media-baja (en ambos casos, estadísticamente significativa). En concreto, la correlación entre el carácter de las escenas y la presencia de ‘bohemios’ es igual a 0,36 y es igual a 0,15 con respecto a la densidad de oportunidades de consumo cultural. Así pues, parece que allí donde hay escenas innovadoras tienden a vivir bohemios, aunque la relación diste de ser muy intensa. Y lo es aún menos respecto al otro indicador, mostrando que el carácter de las escenas culturales supone un enfoque, un aspecto diferente, de la mera existencia de oportunidades de consumo cultural porque da cuenta de su carácter, de los estilos de vida que se pueden desarrollar mediante distintas prácticas culturales.

Así pues, parece que el indicador de las escenas culturales parece ser un instrumento válido para conocer el carácter cultural de los territorios, no sólo aparecen dimensiones que presentan cierta lógica analítica al diferenciar entre escenas comunitarias e innovadoras (validez de constructo), sino que además su distribución territorial parece guardar cierta lógica para el conjunto del territorio español (validez descriptiva) y se relaciona como cabría

esperar con indicadores que miden los otros dos enfoques en el análisis de la manifestación de la cultura en el territorio (validez por convergencia). ¿Cabe señalar lo mismo cuando cambiamos la escala territorial del análisis?

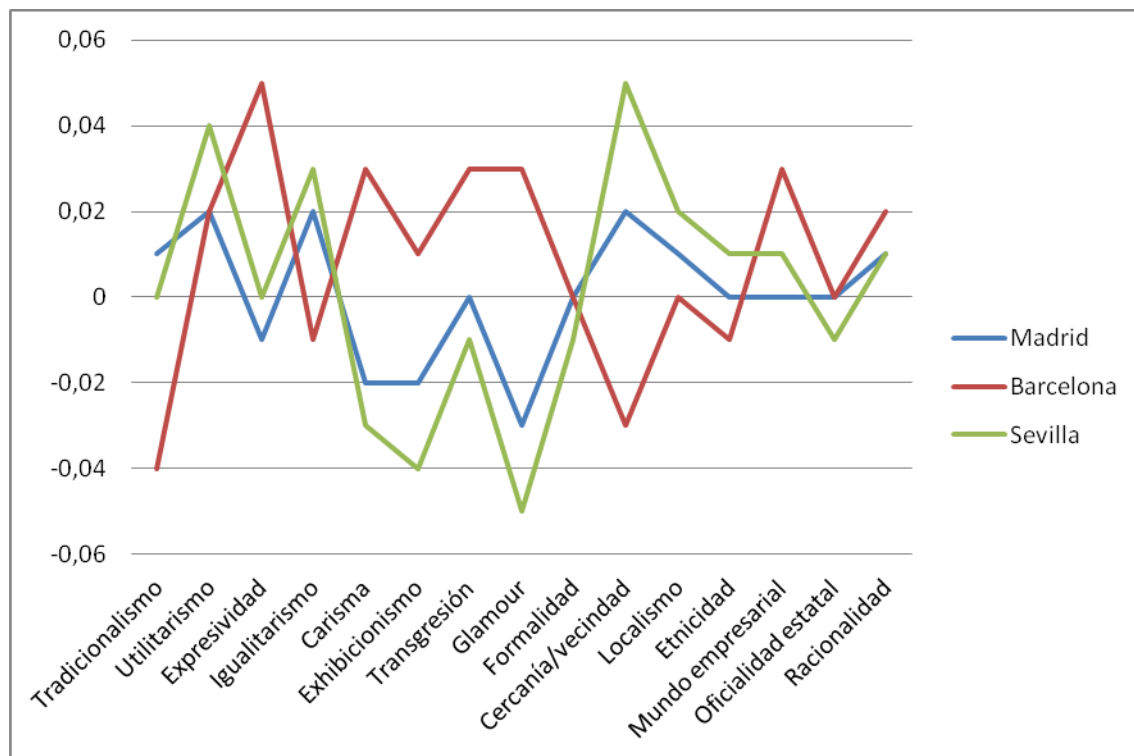
1.3.2.2 Escenas culturales en grandes ciudades y sus barrios

Otra manera de aplicar el enfoque de las escenas culturales es mediante el análisis del ‘perfil cultural’ de los territorios, esto es, la intensidad del indicador de *performance* en cada una de las 15 subdimensiones. Esto permite conocer en qué aspecto destacan y, en su caso, se diferencian de otros territorios. Este instrumento puede ser valioso para comparar, por ejemplo, ciudades. Aquí lo haremos respecto a Madrid, Barcelona y Sevilla. Además de ser ciudades grandes, son bastante conocidas por el carácter de las oportunidades de consumo cultural que ofrecen, permitiendo así validar, aunque sea de forma descriptiva, la aplicación de la perspectiva de las escenas culturales.

Con este objetivo hemos representado gráficamente los perfiles de estas tres ciudades en un mismo gráfico para facilitar la comparación entre ellas. En concreto, en el gráfico se representan los indicadores de *performance* ajustados a la media para cada subdimensión, es decir, a cada valor de cada subdimensión se le ha restado la media de todas las ciudades de 100 mil o más habitantes, que en 2001 eran 56, reflejando el valor 0 esta media. Así, además de comparar las ciudades entre sí, pueden compararse con la media del conjunto que tienen una dimensión demográfica similar, al menos, 100 mil habitantes.

En la Figura 1.2 se aprecia que Madrid, por ejemplo destaca por encima de la media en aspectos algo más convencionales que Barcelona, que destaca más en subdimensiones como expresividad, carisma o glamour que apuntan a una escenas más innovadora; mientras que Sevilla destaca notablemente por encima de la media, y las otras dos ciudades, con respecto a la subdimensión de cercanía o vecindad, que apuntan a una escena comunitaria. De los valores que se sitúan por debajo de la media nacional destaca, por ejemplo, el bajo nivel que presenta la subdimensión referida al tradicionalismo en Barcelona, o las de exhibicionismo y glamour en Madrid o Sevilla. En buena medida estos perfiles parecen corresponderse con la percepción existente respecto a estas ciudades, su ‘distintividad urbana’ en cuanto a la oferta de oportunidades de consumo cultural que ofrecen.

Figura 1.2. El perfil cultural de Madrid, Barcelona y Sevilla



Valores de cada subdimensión centradas a la media de las ciudades de 100.000 y más habitantes (media del conjunto de estas ciudades igual a cero).

Fuente: Elaboración propia

No obstante, en el seno de estas ciudades existen diferentes realidades que se manifiestan en la vida de los barrios; tal y como postulase la clásica Escuela de Chicago (Park, 1916; Burgess, 1925) o actualmente la Nueva Escuela de Chicago (Clark, 2011). Esto constituye espacios vitales que se caracterizan por ciertas propiedades físicas, cierta composición social, pero también, por cierto estilo de vida que da cuenta de su clima cultural que los distingue de otros barrios de la misma ciudad. ¿Significa esto que dan cuenta de diferentes escenas culturales?; o aún más, ¿cabe distinguir entre escenas culturales comunitarias e innovadoras entre barrios en una misma ciudad?

Para responder a esta cuestión analizaremos de nuevo las ciudades de Barcelona, Madrid y Sevilla pero tomando como unidad territorial sus barrios, tal y como han sido delimitados por sus respectivas administraciones municipales.

¿Aparecen orientaciones de escenas culturales similares a esta escala territorial?, ¿aparecen diferencias entre barrios que remiten a lo que conocemos sobre estas ciudades?

Los estadísticos descriptivos del indicador de *performance* para cada subdimensión en los barrios de estas 3 grandes ciudades muestran que existe bastante variabilidad entre ellos, o al menos, que a esta escala existen más diferencias que al nivel de los sistemas locales de trabajo (ver Tabla 1.5). O de otra forma, que las ciudades presentan un claro ‘mosaico de culturas’, o más concretamente, de ‘escenas culturales’, mostrando así la diversidad interna del fenómeno urbano. Esto es, los barrios parecen diferenciarse claramente por sus escenas culturales, es decir, por la orientación de las oportunidades de consumo cultural que ofrecen.

Tabla 1.5. Escenas culturales en los barrios de 3 grandes ciudades (Madrid, Barcelona y Sevilla): indicador de *performance* para las 15 subdimensiones (2001)

Subdimensiones	Madrid		Barcelona		Sevilla	
	Media	Desv.típica	Media	Desv.típica	Media	Desv.típica
Tradicionalismo	3,08	0,07	3,04	0,10	3,16	0,18
Utilitarismo	3,67	0,07	3,69	0,14	3,66	0,17
Expresividad	3,07	0,13	3,09	0,13	2,93	0,19
Igualitarismo	3,11	0,05	3,09	0,07	3,16	0,09
Carisma	2,87	0,08	2,90	0,09	2,78	0,13
Exhibicionismo	2,84	0,10	2,86	0,11	2,74	0,18
Transgresión	2,34	0,06	2,36	0,10	2,30	0,16
Glamour	2,89	0,10	2,94	0,11	2,77	0,19
Formalidad	3,54	0,04	3,54	0,08	3,52	0,12
Cercanía/vecindad	3,28	0,11	3,25	0,13	3,35	0,18
Localismo	3,05	0,04	3,06	0,05	3,07	0,08
Etnicidad	2,80	0,03	2,80	0,04	2,79	0,09
Mundo empresarial	3,60	0,05	3,63	0,10	3,53	0,15
Oficialidad estatal	2,85	0,05	2,85	0,05	2,89	0,13
Racionalidad	2,97	0,05	2,98	0,06	2,92	0,17
N válido	126		72		101	

Fuente: Elaboración propia

La aplicación de análisis factorial a los índices de *performance* de los barrios en cada ciudad vuelve a mostrar la existencia del *continuum* entre escenas comunitarias e innovadoras (ver Anexo 1.5). Al igual que en el caso de los sistemas locales de trabajo, los dos primeros factores explican altos porcentajes de varianza en las tres ciudades (entre el 20 % y el 48 %), mostrando las saturaciones de las subdimensiones las orientaciones hacia escenas comunitarias e innovadoras, pudiendo elaborar el indicador de escenas culturales tal y como hicimos previamente para el caso de los sistemas locales de trabajo. Esto es, la perspectiva de las escenas culturales aparece como un instrumental válido tanto para territorios más amplios, como para los más restringidos que suponen los barrios; o de otra forma, para realizar tanto comparaciones entre territorios y ciudades, como en el interior de éstas.

Pero, ¿qué barrios presentan escenas más comunitarias?, ¿cuáles más innovadoras? Para ello hemos destacado los seis barrios que en cada ciudad destacan en el indicador de las escenas culturales en el año 2001 para el que se realiza el análisis, tres en el polo innovador y tres en el polo comunitario (Tabla 1.6).

Respecto al polo menos convencional o innovador en las tres ciudades destacan barrios céntricos, que suelen concentrar equipamientos y espacios, y son núcleo de la actividad cultural de las ciudades (por ejemplo, El Salvador en Madrid, El Coll en Barcelona o El Carmen en Sevilla). Pero también otros que no lo son pero en los que destaca la localización de algún equipamiento que ha podido ir generando una escena cultural específica; por ejemplo, la base militar en el Goloso (Madrid), o el conjunto de lo que conocemos como ‘casas baratas’ en Can Peguera (Barcelona) con una gran capacidad de movilización social en base a esta construcción. Los barrios con escenas más convencionales se corresponden con barrios resultados del éxodo rural que, por lo común, han carecido de dotaciones y equipamientos, en donde destaca, sobre todo, el comercio de cercanía o servicios públicos que le dotan del carácter comunitario, como Orcasitas en Madrid, Canyelles en Barcelona o La Barzola en Sevilla.

Tabla 1.6. Escenas culturales en los barrios de Barcelona, Madrid y Sevilla (2001)

Barrios con niveles más altos de escenas comunitarias y escenas innovadoras

Ciudades	Orientación de barrios hacia escenas culturales					
	Comunitarias	<----->				Innovadoras
Barcelona	Canyelles	Valbona	La Trinitat Vella	Can Baró	El Coll	Can Peguera
Madrid	Orcasitas	Rejas	Los Ángeles	Apóstol Santiago	El Salvador	El Goloso
Sevilla	Las Naciones*	La Barzola	Amate	Las Letanías	El Carmen	Consolación

(*) Las Naciones-Parque Atlántico-Las Dalias

Fuente: Elaboración propia

Otros estudios, como Rius 2008, destacan el barrio de El Raval, en el distrito Ciutat Vella, en Barcelona, como la creación de un barrio cultural en la Barcelona central, dónde se mezclan la pervivencia del tejido social tradicional del barrio (asociaciones culturales, sedes sociales, tiendas populares, etc.), con un importante capital simbólico, lo que conlleva la atracción del barrio para jóvenes estudiantes o artistas. Se mezclan de forma intensa y fructífera en el barrio los habitantes de toda la vida, los inmigrantes y los nuevos vecinos de clase media. (Rius, 2008:188). Según nuestro indicador de escenas, El Raval tendería hacia

el polo positivo (0,32), es decir, hacia una escena innovadora pero ocupando una posición intermedia con respecto a otros barrios de la ciudad (puesto 34 de 72). Maravillas, en Madrid, o más conocido como Malasaña, perteneciente al barrio Universidad, es conocido como lugar de nuevas tendencias, espacio cultural, dónde se mezcla la modernidad y la tradición¹⁷, y dónde cada vez más se aloja población con mayor capacidad adquisitiva. De hecho, según nuestro indicador de las escenas, concretamente el barrio Universidad, dónde se encuentra Malasaña, tiene una orientación innovadora (0,98), ocupando una posición alta en el *ranking* de la ciudad (puesto 17 de 172). Sin embargo, en ambos casos son destacados los procesos de gentrificación que tienen lugar en estos barrios (Martínez Rigol, 2000). Por otro lado, Díaz (2009), analiza el caso de algunos de los barrios de Sevilla, como San Luis-Alameda, Triana y San Bernardo, resaltando el mismo proceso de gentrificación que para los casos anteriores. En los tres casos, nuestra escena responde con valores hacia el polo convencional, es decir, estaríamos ante escenas más comunitarias¹⁸.

Para mostrar la validez por convergencia del indicador de escenas culturales haremos también a nivel de barrios las correlaciones con la densidad de oportunidades de consumo cultural existente en ellos, así como con la presencia de ‘clase creativa’, pues a este nivel territorial no se cuenta con información apropiada para identificar al grupo de los bohemios¹⁹. Los patrones son similares, esto es, correlaciones positivas, pero bajas: igual a 0,335 con respecto a la presencia de clase creativa y 0,196 respecto a la densidad de oportunidades de consumo cultural.

Parece, pues, que los tres criterios de validación (constructo, descriptiva y convergencia) apuntan a la oportunidad de aplicar el enfoque de las escenas para analizar el clima cultural existente en los barrios de ciudades, esto es, en escalas o unidades territoriales inferiores a la ciudad. Esto abre la posibilidad de incorporar esta dimensión cultural al análisis de la dinámica urbana, además de las más comunes referidas a los rasgos físicos o socioeconómicos de los barrios (Navarro, 2013; Navarro et al., 2013).

¹⁷ <http://www.timeout.es/madrid/es/malasana>

¹⁸ En el caso de Triana(-0,32), San Bernardo (-0,54) y San Luis-Alameda según nuestra delimitación se refiere principalmente a Feria (-0,58), San Gil (-1,02) y San Julián (-0,79).

¹⁹ En el capítulo siguiente se ofrece información detallada sobre el concepto de clases creativas y su operacionalización.

1.4. Conclusiones: del territorio a la escena cultural

Los análisis presentados muestran la diversidad del paisaje cultural en España a través de la perspectiva de las escenas culturales. Por un lado aparece que estas pueden diferenciarse a lo largo de un *continuum* que distingue entre aquellas de carácter comunitario, centradas en la tradición, el localismo, el igualitarismo o la cercanía, y aquellas otras de carácter más innovador, que lo hacen sobre las ideas de transgresión, expresividad, exhibicionismo, carisma o glamour. Este esquema parece apropiado tanto para comparar sistemas locales de trabajo, como para analizar perfiles de ciudades o comparar entre barrios en el seno de éstas. O de otra forma, la estructura de la configuración de las subdimensiones que dan cuenta de esas orientaciones de las escenas culturales parece ser válida para el análisis del territorio, como espacio significativo y a distintas escalas.

Además, los resultados parecen coincidir con conocimientos previos o la observación sobre el paisaje cultural en España. Desde el carácter más innovador de las escenas culturales en grandes ciudades o en la zona costera, la diferencia existente entre las ciudades de Barcelona o Sevilla o algunos de los barrios dentro de las ciudades analizadas. Esto es, la medición de las escenas parece reflejar lo que sabemos sobre su distribución en el territorio y para diferentes escalas.

Parece, pues, que la perspectiva de las escenas culturales ofrece un acercamiento conceptual que permite analizar el territorio como lugar, como espacio significativo a partir de las prácticas culturales que allí se desarrollan, o al menos, de las oportunidades que existen para ello. Más concretamente, aquí hemos podido constatar que es posible caracterizar los territorios en términos de escenas más orientadas a un clima cultural comunitario o, al contrario, más innovador. Esta distinción, en buena medida, remite a una distinción clásica del análisis sociológico, como es el binomio comunidad-asociación (Tonnies, 1979) o la distinción entre solidaridad orgánica y solidaridad mecánica (Durkheim, 1987), con la que, en buena parte, se asocia el análisis territorial y su desarrollo por parte de los autores clásicos. Ahora bien, la perspectiva de las escenas culturales, por una parte, no se centra ni en la composición social, ni en la especialización productiva, sino en el clima cultural de los territorios, en los estilos de vida que promueven, y por otra, no parte de la premisa de que exista un ‘modo de vida urbano’, sino que pueden darse diferentes ‘escenas culturales’ entre diferentes territorios, o incluso, que en el seno de la ciudad, como manifestación del fenómeno urbano, también pueden darse estilos de vida, escenas, comunitarias.

Además, los análisis también han permitido ver que, como cabía esperar, existe cierta asociación entre la localización de las escenas culturales de carácter innovador con la localización de industrias culturales o residentes innovadores (clase creativa o bohemios). Esto da cuenta, por un lado, de las relaciones existentes entre distritos, barrios y escenas culturales, como enfoques que pretenden analizar la manifestación (y efectos) de la cultura en el territorio. Pero, por otro lado, pone de manifiesto que se trata de perspectivas que analizan fenómenos diferentes, y que, por tanto, pudieran tener una relación distinta, o al menos, específica, con la dinámica y desarrollo territorial. Al análisis de esta cuestión dedicamos los capítulos siguientes.

Capítulo 2. Creatividad y desarrollo territorial: la tesis de las ocupaciones creativas

En la última década, uno de los aspectos que centran la agenda de investigación sobre el desarrollo territorial parte de la idea de la creatividad, lo que supone un elemento clave para entender la dinámica y desarrollo territorial, con cierta independencia de otros factores clásicos, como el capital económico o el humano (Scott, 1997). En el marco de este debate, uno de los argumentos o propuesta más destacada, al menos por su notoriedad y críticas recibidas, es la realizada por Richard Florida en torno a la ‘clase creativa’. Ésta pretende llamar la atención sobre la importancia de la creatividad para el desarrollo territorial, y en particular, de los grupos ocupacionales que suelen impulsarla, así como de los factores que promueven la presencia de los mismos en distintos territorios. La idea de creatividad en los estudios de Florida ha sido un factor que analíticamente ha ido cobrando cada vez mayor peso en los estudios sociales por incorporar una nueva hipótesis sobre los factores que subyacen al desarrollo territorial, pero, ¿en qué reside tal novedad?, o incluso, ¿hasta qué punto la ‘clase creativa’ supone una nueva forma de entender y explicar cómo cambian los territorios?

Con el objetivo de responder a esas cuestiones, en este capítulo se pretende ofrecer, en primer lugar, una descripción de los rasgos básicos de la propuesta analítica y conceptual de clase creativa; en segundo lugar, una discusión crítica de ese concepto, para, en tercer lugar, proponer una definición operativa del mismo que pueda ser aplicada en nuestro ámbito nacional, esto es, para la medición de la clase creativa en España. En cuarto y último lugar se presentarán unas breves conclusiones sobre el ejercicio realizado.

2.1. Creatividad y desarrollo territorial: ¿realmente nuevas ideas?

La idea de clase creativa y sus efectos sobre el desarrollo territorial se enmarca en una perspectiva más general que se centra en el papel que juega la innovación en el desarrollo socioeconómico en las sociedades contemporáneas, en las que tienen cada vez más importancia la generación y transmisión de conocimiento (Jeffcutt y Pratt, 2002; Flew, 2004; Scott, 2006). Básicamente, esta perspectiva sostiene que en el marco de las sociedades contemporáneas, la creatividad no sólo supone un valor apreciable en el ámbito artístico y

cultural, sino que supone un nuevo factor que puede ayudar a explicar el desarrollo territorial, junto a otros más clásicos, como el capital humano o la especialización productiva. No se trata, pues, de creatividad como idea general, sino de su importancia respecto al desarrollo de la economía creativa de los territorios (Scott, 1997).

En este marco, la creatividad es entendida como la capacidad de innovación en la propuesta de soluciones a problemas, la creación de nuevo conocimiento ligado, directa o indirectamente, a los procesos productivos, a diferencia de la realización de procesos ya resueltos y/o conocidos, sean de carácter industrial, sean ligados a los servicios (Boden, 1990). Se trata, pues, de la capacidad de innovar ofreciendo nuevos conocimientos en diferentes ámbitos de la vida social, y en particular, en distintos sectores y actividades económicas, como por ejemplo, la identificación de nuevas localizaciones para determinados establecimientos o el diseño de nuevos procesos y/o productos. Desde esta perspectiva, la creatividad supone la conjunción de dos ideas: la innovación, como un rasgo básico de la creatividad humana (Esquivias, 2004), pero también la creación de valor, con cierta independencia del sector económico en el que tenga lugar.

Esto no implica que la literatura no distinga entre diferentes tipos de actividades económicas, o incluso trate de delimitar de forma más específica el concepto de creatividad respecto al desarrollo territorial. Así, por ejemplo, Fiest (1999) diferencia entre ‘creatividad artística’ y ‘creatividad científica’; o por ejemplo, Santagata (2004) señala que la ‘creatividad’ es la innovación no utilitarista que se desarrolla en el ámbito artístico, mientras que cuando hay una finalidad utilitarista el término adecuado sería el de ‘innovación’.

Asheim, Coenen, y Vang (2007) señalan que al analizar la innovación de procesos productivos en empresas e industrias habría que atender a los tipos de conocimiento específicos que demandan las profesiones y grupos de ocupaciones que desarrollan su trabajo en las mismas. Para ello, realizan una clasificación, distinguiendo tres tipos de conocimiento: ‘analítico’, ‘sintético’, y ‘simbólico’. El conocimiento analítico supone una serie de actividades donde el conocimiento científico es fundamental. Se propone la búsqueda de nuevos problemas y soluciones, que se traduce en nuevos productos y procesos, o incluso en la creación de nuevas empresas. Esto se liga a profesiones vinculadas a la investigación básica. El segundo tipo de conocimiento, el sintético, supone que se recurre a las nuevas soluciones o combinar las que ya existen pero de una manera diferente para solventar problemas específicos. Se asociaría, fundamentalmente, con categorías profesionales relacionadas con la investigación aplicada. Por último, el conocimiento

simbólico supone la creación de significados, procesos y productos en los que destaca su valor simbólico, donde el *input* de carácter ‘estético’ es más importante que el ‘cognitivo’, siendo característico de todas aquellas categorías profesionales donde el principal objetivo sea la creación y la producción cultural (música, cine, moda, publicidad, etc.). En el Anexo 2.1 se puede consultar un resumen de la composición ocupacional de la clasificación que construyen estos autores.

En un estudio posterior Asheim y Hansen (2009) muestran la relación de ‘las bases del conocimiento’, con la teoría de ‘la clase creativa’ de Florida (2002). En concreto, señalan que para el análisis de la creatividad no es tan relevante el sector de actividad, sino el tipo de conocimiento involucrado en los diferentes procesos que suponen innovación, desempeñados por tipos específicos de profesionales. Relacionan ambas teorías, argumentando como la clave para entender la idea de clase creativa reside en el tipo de conocimiento que emplean. Para ello indican los grupos ocupacionales que se corresponderían con cada uno de los tipos de conocimiento, lo que se muestra en el Anexo 2.2. Esto supondría que indagar sobre el efecto que tiene la creatividad en el desarrollo territorial, supone, principalmente, atender a la innovación que produce valor en términos de productos y/o servicios, con cierta independencia del ámbito, sector o carácter de la creatividad.

Tal y como hemos señalado anteriormente, esta parece ser la intención de la teoría o perspectiva de la clase creativa propuesta por Florida (2002), que ha centrado buena parte de la discusión sobre el efecto de la creatividad sobre el desarrollo territorial. En concreto, su identificación se haría a partir de ciertas categorías profesionales en función de las capacidades necesarias para su desempeño. Más concretamente, la perspectiva de la clase creativa señalaría que el desarrollo territorial se basa en la presencia de ciertos profesionales que aplican creatividad en su desempeño profesional y no únicamente por la calidad del capital humano o la especialización productiva en torno a determinados sectores económicos.

De este modo, la tesis de la clase creativa supone una nueva versión de como el ‘talento’ influye en el desarrollo territorial, pero no por el nivel de cualificación que presenta la fuerza de trabajo, tal y como señala la tesis del capital humano (Glaeser, 1994), sino por los niveles de creatividad que implica el trabajo que desempeñan (Florida et al., 2008). Es decir, allí donde se localiza clase creativa existen mayores posibilidades de desarrollo territorial,

con cierta independencia de otros factores. Por tanto, la ‘nueva clave’ del desarrollo estaría en saber cómo atraerla.

El enfoque de la clase creativa supone por tanto, un conjunto de nuevas ideas tanto sobre los factores que favorecen su localización (o si se prefiere, su atracción), como de sus potenciales efectos sobre el desarrollo territorial. De hecho, de aquí se deriva la importancia de conocer su situación geográfica y las razones que puedan explicarlo, como un primer paso para analizar sus efectos sobre el desarrollo territorial, o desde una perspectiva práctica, para establecer políticas de desarrollo que lo fomenten.

Es por ello que esta perspectiva ha recabado mucha atención por parte del ámbito académico (Boschman y Fritsch, 2009; Mcgranahan y Wojan, 2007), pero también por los propios decisores públicos que han tratado de poner en marcha medidas estratégicas para atraer clase creativa o crear ciudades y/o territorios creativos (Vanolo, 2008; Markusen, 2006; Scott, 2006). No obstante, también es cierto que parte de esa atención académica ha consistido en poner en tela de juicio su novedad y su validez, sea porque se discute si supone un factor diferente a otros tradicionales (capital humano y especialización productiva), sea por la falta de claridad en la definición de su concepto central (la ‘clase creativa’) y su posterior medición empírica (Peck, 2005).

En este capítulo pretendemos abordar el segundo aspecto, así como su aplicación al caso español. Esto es, indagar analíticamente sobre el concepto y medición de la clase creativa, para posteriormente describir su presencia y localización en el territorio español.

2.2. Las ocupaciones creativas: revisión crítica del concepto de ‘clase creativa’

En este apartado se ofrece la definición de ‘clase creativa’, tanto sus criterios conceptuales, como operativos, así como algunas de las críticas hechas a los mismos, que, a nuestro juicio, irán conduciendo al uso del concepto de ‘ocupaciones creativas’ en vez de al de clase creativa, por la ambigüedad conceptual que este puede implicar este último²⁰.

²⁰ Se prefiere el uso de ocupaciones creativas pero en algunos momentos del texto, por razones de estilo, puede que nos refiramos indiscriminadamente a los dos conceptos, ocupaciones o clase creativa.

2.2.1. La ‘clase creativa’: definición y medición

Tal y como venimos indicando, a diferencia de la perspectiva del capital humano o el de la especialización productiva, el criterio definitorio básico del concepto de clase creativa no reside en la formación académica o el sector de actividad económica, sino en la creatividad, entendida como la capacidad de vislumbrar enfoques y caminos diferentes a los ya existentes y conocidos (Florida, 2002: 30). Más concretamente, la clase creativa se refiere a la creatividad que es desplegada en el desempeño de un trabajo, como una actividad laboral, y por tanto, mediante el desarrollo de una ocupación. Desde esta perspectiva, la creatividad no es un atributo de cada persona, sino de la ocupación que desempeña. O dicho de otra manera, los miembros de la clase creativa lo son por realizar las labores que suponen el desempeño de una ocupación, con cierta independencia de su formación académica o el sector económico en el que desarrollen su trabajo. Se trataría, por tanto, de un enfoque que señala la importancia del talento en el desarrollo territorial, pero desde una perspectiva ocupacional, no en atención a la formación académica de la fuerza de trabajo (capital humano) (Florida, et al 2008).

De hecho, las ocupaciones que se integran en la clase creativa se distinguen de otras porque la remuneración de la actividad laboral no provendría de ajustarse a un plan previamente establecido, sino por crear nuevas ideas, gozando para ello de un mayor grado de autonomía y flexibilidad que los otros grupos profesionales o ‘clases’, como la clase trabajadora o la de servicios. Se trata de grupos cuyo trabajo implica un conocimiento experto y actividades comunicativas complejas, en vez de tareas rutinarias, sean estas últimas manuales o cognitivas (Florida 2002: 68-72).

Así, según Florida (2002), la clase creativa incluye, especialmente, a personas que desempeñan su actividad laboral en la investigación y la ingeniería, la arquitectura y el diseño, la educación superior, las actividades artísticas o el entretenimiento. Alrededor de estas ocupaciones, que constituirían el núcleo de la clase creativa, también se incluye un amplio grupo de profesionales en sectores ligados a las finanzas, el derecho, la salud o los servicios de cuidados. Ahora bien, todos los miembros de la clase creativa, ya sean artistas o ingenieros, músicos o científicos de la computación, escritores o empresarios, comparten, según Florida (2002:8), un ‘espíritu creativo’ común, un ‘ethos’, centrado en valores como la creatividad, la individualidad, la diferencia y el mérito, que se manifiesta en el desarrollo de un estilo de vida en torno a ello, y dónde cada aspecto y manifestación de creatividad está interrelacionado y es inseparable (Florida, 2002:8). En este ‘ethos’ pierde sentido la

distinción dualista entre ‘alta cultura’ y ‘cultural popular’, hallándose unas fronteras más borrosas y un aumento de la tolerancia hacia otras preferencias (Fernández y Heikkilä, 2011). Esto forma parte de otro rasgo definitorio de la clase creativa, que se manifiesta en prácticas culturales, a lo que Florida, entre otros, han dado en llamar ‘neo-bohemias’, y donde nuevos tipos de consumidores con cierto omnivorismo cultural combina la ‘alta cultura’, con lo popular, la autenticidad local y la transgresión.

Ahora bien, el hecho de que su rasgo distintivo sea la creatividad en el desempeño de un puesto de trabajo hace que para su medición se haga uso de la ocupación, sin que existan análisis específicos respecto a sus prácticas culturales más allá de estudios de caso. Esto supone que, en su definición operativa, la clase creativa incluiría diferentes grupos ocupacionales en función de su grado de ‘creatividad económica’; esto es, más como ‘bohemos productivos’ que como ‘bohemos de consumo’ (Houston et al., 2015). Más concretamente, a partir de la *Standard Classification of Occupations* del Censo de Estados Unidos (SCO-2000), Florida define empíricamente la clase creativa mediante la inclusión de 10 grandes grupos ocupacionales (a dos dígitos según la SCO-2000)²¹.

A su vez, la divide en dos grandes grupos. Por un lado, el núcleo de la clase creativa (o *Super-Creative-Core*), que incluye aquellas ocupaciones en las que se situarían ‘los líderes’ del pensamiento de la sociedad moderna, y que participan plenamente en la creatividad. Estos producen nuevas formas o diseños que son útiles y ampliables en otros contextos, como los científicos, profesores universitarios, poetas, novelistas, artistas, actores, diseñadores y arquitectos (Florida, 2002: 68-72). De este gran grupo se destaca un subgrupo conocido como los ‘bohemos’ que desarrollan su creatividad en torno a actividades artísticas. A pesar de esta especialización, comparten con el núcleo de la clase creativa su rol de creadores, de planteamiento de nuevos retos y problemas, más que aportar soluciones a los mismos, como es el caso del tercer grupo constitutivo de la clase creativa: los profesionales creativos (o *creative professionals*). Este grupo estaría compuesto por aquellas ocupaciones que suponen un uso intensivo de conocimiento, que participan y se involucran en actividades que implican creatividad, relacionadas con los sectores de alta tecnología, los servicios financieros, las profesiones liberales o del ámbito de la salud, o la gestión empresarial, pero aplicando nuevo conocimiento o combinando de formas nuevas el ya existente, más que generando nuevas ideas (Florida 2002:68-72).

²¹ En el Anexo 2.3 se puede consultar las ocupaciones que integran la clasificación de clase creativa de Florida (2002) según la SCO-2000.

A grandes rasgos, estos tres grupos se caracterizan por el uso de uno de los tres tipos de conocimientos que delimitan Asheim y Hansen (2009). Concretamente, el núcleo de la clase creativa se caracterizaría, sobre todo, por el uso de conocimiento analítico, que supone el desarrollo de conocimiento científico en el planteamiento de nuevos retos y soluciones. Los profesionales creativos, en cambio, se caracterizarían por el uso del conocimiento ‘sintético’, el desarrollo de innovaciones mediante la aplicación de conocimiento existente a nuevos problemas o combinaciones novedosas de éste. Por último, los bohemios lo harían por el desarrollo de conocimiento simbólico, actividades que suponen la creación de significados y deseos, o el desarrollo de atributos estéticos en productos y servicios. En la Tabla 2.1 se recogen los sectores que componen la clase creativa, junto con una breve definición de las ocupaciones que se integrarían en cada uno de ellos, así como del criterio de inclusión de las mismas. A su vez, se añade en una última columna, el tipo de conocimiento sobre el que se asienta.

Tabla 2.1. La clase creativa: sus sectores y ‘la base del conocimiento’

Sectores	Ocupaciones	Criterio	Tipo de conocimiento
Núcleo	Ciencias físicas y sociales, informática y matemáticas, arquitectura e ingeniería	Crean conocimiento y plantean nuevos retos o problemas	Analítico
Profesionales	Gestión, negocios, operaciones financieras, profesionales de los servicios de bienestar (salud, educación, ...)	Resuelven problemas planteando nuevas soluciones	Sintético
Bohemios	Arte, diseño, entretenimiento, deportes y medios de comunicación	Crean conocimiento y plantean nuevos retos o problemas	Simbólico

Fuente: Elaboración propia basado en Florida (2002) y Asheim y Hansen (2009)

Ahora bien, buena parte de las críticas a la perspectiva de la ‘clase creativa’ de Florida y sus usos posteriores por este autor y otros investigadores, se centran en la ambigüedad del propio concepto, y por tanto, de sus mediciones empíricas. Con el objeto de hacer una revisión del mismo, cabría señalar que las críticas se refieren tanto a la ambigüedad del sustantivo (clase), como del adjetivo (creativa). Lo primero, porque no queda claro si supone una ‘nueva’ clase o más bien se trata, simplemente, de la agrupación de grupos ocupacionales con un criterio diferente a los usados previamente, o incluso, si realmente éste criterio es diferente de otros que vienen aplicándose, y en especial, si difiere del capital humano, entendido este como formación académica. Lo segundo por el hecho de que la creatividad pueda definirse sin recurrir al sector de actividad en el que desarrolla su

actividad la clase creativa. Empezaremos el análisis crítico del concepto de clase creativa por este último aspecto.

2.2.2. Clase y sector creativo: ambigüedad conceptual y operativa

Hemos señalado que, tanto conceptualmente, como desde un punto de vista operativo, la ‘clase creativa’ se refiere a tareas que se desempeñan al ejercer una ocupación. Desde esta perspectiva, sus miembros pueden desarrollar su labor, o no, en el sector de las denominadas ‘industrias creativas’, y por tanto, cabe pensar que suponen dos conceptos que, aunque empíricamente puedan relacionarse, son conceptualmente diferentes.

De hecho, aunque el concepto de industria o sector creativo también está sujeto a cierto debate, la literatura viene a coincidir en que el criterio básico en su delimitación se refiere al producto resultante de la actividad económica que se desarrolle. Más concretamente, se trataría de todos aquellos procesos productivos que dan lugar a un determinado producto (Naciones Unidas, 2008; Hesmondhalgh y Pratt 2005; O’Connor 2007). Desde esta perspectiva se atendería por tanto, a sectores de actividad económica, con independencia de las ocupaciones que se vean involucradas en ellos, es decir, sean ocupaciones creativas o no.

Esto no significa que deje de existir una gran afinidad conceptual entre clase e industria creativa, ya que el criterio definitorio mínimo de ambas es la creatividad. Pero cabe sostener que se trata de conceptos diferentes, el primero, referido a las tareas que implican el desempeño de una ocupación, y la segunda, a procesos productivos concretos orientados a la consecución de ciertos servicios o productos. Por tanto, cabe pensar que, en los procesos productivos que caracterizan a una industria creativa participan tanto ocupaciones creativas como otras que no lo son, y a su vez, que ciertas ocupaciones creativas participan de procesos o sectores productivos en los que, en general, la creatividad no es su rasgo principal o distintivo.

En todo caso, cabe hablar de un mayor grado de coincidencia entre ambos conceptos si se utiliza una versión restringida de industria cultural, por la que sólo se consideran aquellas actividades económicas que se sitúan en la primera fase del proceso productivo, esto es, en la creación o diseño, sin atender al resto de fases de todo el proceso productivo: fabricación, producción y distribución. También cabría establecer una mayor coincidencia entre los dos conceptos si se considera únicamente el sector de las ‘industrias culturales’,

esto es, el ligado a las clásicas actividades artísticas (literatura, artes plásticas, dramáticas, visuales, etc.).

Ahora bien, el uso restringido de la industria creativa, bien por atender sólo a la fase productiva de creación, bien por hacerlo sólo a las más clásicas industrias culturales, supone, a grandes rasgos, la exclusión de buena parte de la clase creativa, y en particular, de los profesionales creativos. Si se considera sólo el momento de creación del proceso productivo, se trata de la actividad característica del grupo de los bohemios así como de una parte del núcleo de la clase creativa. Aún más, si se considera únicamente la industria cultural, la identificación de la clase creativa se restringiría, básicamente, al sector de los bohemios.

Lo anterior muestra tanto la diferencia entre los conceptos de clase y sector (o industria) creativa, como la importancia de retener la diferencia entre los diferentes grupos o sectores que constituyen la clase creativa. Esta diferencia entre conceptos se evidencia aún más claramente a nivel operativo, esto es, mediante los criterios e indicadores que se usan para su medición, ya que mientras que en el caso de la clase creativa se utiliza la ocupación, en el caso de las industrias creativas suele hacerse uso del sector económico, o bien, del producto resultante, pero sin distinguir entre los distintos momentos de la cadena productiva, es decir, incluyendo tanto la fase de diseño/creación, como la de producción/fabricación y la de distribución/consumo.

Este es, por ejemplo, el criterio elegido por el informe sobre el Valor Económico de la Cultura realizado por el Ministerio de Cultura (2007), donde las industrias creativas son conjuntos de actividades económicas, identificadas a través de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, pero sin diferenciar las ocupaciones implicadas en ellas. Los grandes organismos internacionales también prefieren identificar de esta forma el concepto, como por ejemplo, el último informe sobre la Economía Creativa publicado por el Programa de Naciones Unidas (PNUD, 2013), pues aunque hacen una descripción amplia de los conceptos de economía creativa o industrias culturales, utilizan para su medición el empleo que concentran estos sectores de actividades económicas.

En los estudios de corte académico los criterios son similares. Así, para analizar empíricamente el concepto de ‘nueva economía’, ‘industrias culturales’ o ‘creativas’ Scott (2004) se refiere al sector donde se localiza dicha actividad, teniendo en cuenta tanto los procesos de diseño como de fabricación. Con estos criterios, Scott (2000) indica que las

industrias culturales en los Estados Unidos ocupan a 3 millones de trabajadores, lo que sería un 2,4 % de toda la fuerza de trabajo, para el año 1992, mientras que Pratt (1997) muestra que para el caso de Reino Unido, en 1991, suponen un poco menos de 1 millón de trabajadores, lo que supone un 4,5 % del total (Scott, 2004:465).

A pesar de que los criterios operativos para delimitar clase y sector creativos sean diferentes (ocupación y sector económico, respectivamente), la literatura de la clase creativa muestra cierta ambigüedad, en la medida en que, en ocasiones, aunque no se discute, ni se indica de forma explícita, se consideran ambas cuestiones como equivalentes. Así, por ejemplo, para mostrar la importancia de la ‘clase creativa’ en Estados Unidos, Florida suele comparar su peso relativo sobre el total de trabajadores que son clase creativa respecto a los tres grandes sectores económicos básicos, los servicios, la industria o la agricultura a partir de la Clasificación Nacional de Actividad Económicas (Florida 2008: 109), sin especificar qué sectores se incluyen en la clase creativa, o si finalmente el resultado está siendo comparar un gran grupo ocupacional (clase creativa) con grandes sectores económicos²².

Desde la propia perspectiva de la clase creativa cabría pensar que la comparación debería ser entre ‘sector creativo’ y otros sectores, más que entre la ‘clase creativa’ y sectores económicos. Desde un punto de vista operativo, esto supondría clasificar a la población en atención al sector económico en el que trabaja, y no a partir de las ocupaciones que desempeñan. Esto es lo que propone Pratt (2008), quien revisa el concepto y examina la noción de clase creativa y de industrias culturales, mostrando las diferencias entre ambos conceptos. El mismo criterio es usado por Polese (2012) para analizar la localización del sector creativo en Canadá, esto es, el sector de actividad económica, no la ocupación.

2.2.3. Clase creativa y ocupación: cualificaciones, jerarquía y creatividad

El uso del concepto de ‘clase’ también puede resultar ambiguo en el término ‘clase creativa’, principalmente por el hecho de que realmente se refiera al hecho de constituir una clase social, tal y como este concepto suele ser definido y operacionalizado. Ya de por sí, desde una perspectiva conceptual, la relación entre ‘clase social’ y ‘ocupación’ es problemática.

En general, la ocupación es un *proxy* de la clase social, esto es, se trata de una información disponible de forma estandarizada y común que permite realizar una aproximación a la

²² *North American Industry Classification System* (NAICS).

estructura ocupacional, tomando ésta como reflejo aproximado de la estructura social en términos de clases sociales, un procedimiento estándar al respecto (González, 1992). Más concretamente, el uso de la ocupación como *proxy* empírico de la clase social se justifica, en gran medida, porque la primera da cuenta con bastante claridad del nivel de cualificación requerido para su desempeño, y en cierta medida, de la jerarquía en la estructura social (González, 1992; Ganzeboom, Graaf y Treiman, 1992; Regidor, 2001). Y aunque es continua la preocupación por mejorar los indicadores que puedan dar cuenta de la clase social o de la posición social en general, a día de hoy la ocupación sigue siendo el más utilizado a pesar de sus limitaciones (Cabieses, Zitko, Pinedo, Espinoza y Albor, 2011).

No obstante, este uso no deja de ser problemático en la medida en que, además de suponer una aproximación, no resuelve la medición de otros aspectos centrales en el debate analítico sobre las clases sociales. Así, desde una perspectiva neomarxista, además del clásico criterio referido a los medios de producción, Wrigth (1985) señala la necesidad de considerar los bienes de cualificación y bienes de organización o mando, siendo esto último el hecho de supervisar o no a otros trabajadores. Aunque en un primer momento prescinde del análisis mediante ocupaciones, ha de recurrir a ellas para determinar competencias y habilidades profesionales al margen de las credenciales educativas y titulaciones que normalmente van asociadas a las ocupaciones (González, 1992:106). El análisis conjunto de estos criterios se hace necesario para poder diferenciar clases específicas surgidas en las sociedades avanzadas, y en especial, lo que se refiere a las ‘nuevas clases medias’, por lo que tales criterios son imprescindibles para su identificación conceptual y operativa. Atendiendo a los criterios analíticos y clasificatorios de esta propuesta, y aproximándonos a una posible correspondencia con la ‘clase creativa’²³, esta última incluiría ocupaciones que se integrarían, fundamentalmente, en la categoría de ‘managers’ expertos y semi-expertos, principalmente en el núcleo de la clase creativa, así como la de ‘empleado experto’, donde abundarían los profesionales creativos. Sin embargo, los bohemios estarían distribuidos de una forma muy difusa en la clasificación propuesta por Wrigth (1985).

Desde la otra perspectiva clásica en el estudio de las clases sociales, o perspectiva ‘neoweberiana’, más centrada en la identificación de ‘grupos de estatus’ (Fernández Enguita, 1993), también se suele hacer uso de la ocupación como criterio operativo, pues permite conocer las posibilidades de consumo que caracterizan a un mismo grupo de

²³ En el Anexo 2.4 se expone de forma general una posible correspondencia entre el modelo de Wrigth (1985) y el de Florida (2002).

estatus, en la medida en que ocupaciones similares tienen parecidos ingresos. Desde esta perspectiva, y en el marco de la clasificación aportada por Goldthorpe y Hope (1974), así como su posterior adaptación de Chan y Goldthorpe (2007), y su adaptación al caso español²⁴, hemos comparado su correspondencia con la clase creativa según Florida (2002). Así, las ocupaciones que suelen integrarse en la ‘clase creativa’ vendrían a coincidir, fundamentalmente, con la ‘clase de servicios’ (profesionales de nivel medio y superior). Sin embargo, muchas de las ocupaciones incluidas en la clase creativa se distribuirían de forma difusa entre distintas clases sociales del modelo de Goldthorpe. De hecho, una parte de los profesionales creativos formarían parte de lo que Goldthorpe llama las clases intermedias, mientras que los bohemios podrían ‘deambular’ entre clase intermedia y clase obrera. Contando únicamente con la información referida a la ocupación no podría realizarse una correspondencia unívoca, pero sí está claro, que no parecen existir claras correspondencias, y especialmente en el caso de los bohemios.

En buena medida, desde un punto de vista operativo, que es el que nos ocupa aquí, en el análisis de las clases sociales existe cierto consenso sobre la necesidad de incluir criterios referidos a cualificación y jerarquía organizativa con el objetivo de identificar las nuevas clases características de las sociedades postindustriales, y en especial, la denominada ‘nueva clase media’ o la ‘clase de servicios’. Ahora bien, en las propuestas de clasificación de la clase creativa no suele considerarse la jerarquía organizativa (ni tan siquiera el tamaño de la empresa). Es por ello que, aunque pueda identificarse a la clase creativa con la ‘clase de servicios’ o los ‘expertos’, su operacionalización mediante el uso de las ocupaciones plantea, al menos, otros dos problemas. Por un lado, al no considerar, al menos directamente, la jerarquía organizativa, se incluirían sectores que no trabajan integrados en organizaciones, por ejemplo, todos aquellos que desarrollan su trabajo como profesionales liberales, o también lo que se refiere al segmento más clásico de los ‘bohemios’, integrado principalmente por artistas. Por tanto, a partir de las clásicas propuestas para la medición del concepto de clase, atendiendo tanto a la propuesta de Wrigth (1985), como a la de Goldthorpe y Hope (1974) se trataría de ocupaciones características de las ‘clases intermedias’, pero también, en algunos casos, se trataría de ‘clase obrera’ más que de ‘clase de servicios’. En resumen, la clase creativa incluiría ocupaciones que se sitúan en diferentes ‘clases sociales’ para las dos principales perspectivas en el estudio de este fenómeno.

²⁴ En el Anexo 2.5 se puede encontrar la correspondencia entre el modelo de Goldthorpe y el de Florida

Por otro lado, de los grupos ocupacionales integrados en la clase creativa podría derivarse que esta incluye mayoritariamente, aunque no se indica explícitamente, a aquellos que se encontrarían en las posiciones más altas de la estructura social, o cuando menos, las posiciones más altas en el seno de managers y clase de servicios. No en vano, algunas críticas sobre el concepto de ‘clase creativa’ señalan que es otra forma de denominar a los altos profesionales y managers de las empresas y actividades que caracterizan a la nueva economía post-industrial, especialmente, las actividades ligadas a las finanzas y otras estrechamente relacionadas con éstas (Peck, 2005; Krätke, 2010). Desde esta perspectiva, la clase creativa estaría atendiendo, sobre todo, al criterio de jerarquía en el seno de la clase de servicios, más que al rasgo distintivo que según Florida la caracteriza: la creatividad. En este sentido, Peck (2005), por ejemplo, señala que del término clase creativa tiene más valor analítico el adjetivo que el sustantivo porque este último aporta poca novedad en el análisis de las clases sociales en las sociedades contemporáneas. Es por ello que Markusen, Wassal, Denatale y Cohen (2008) señalan que sería más adecuado hablar de ‘ocupaciones creativas’ que de ‘clase creativa’, ya que consideran que serían muchos los trabajadores que realizan trabajos creativos y quedarían fuera de esta concepción, que se limitaría tan sólo a los trabajadores creativos con alto nivel de cualificación.

De hecho, el propio Florida, ante las críticas recibidas sobre la similitud entre su perspectiva y la del capital humano (Glaeser, 1994), señala que el criterio definitorio y distintivo de la clase creativa es la creatividad, no la jerarquía o las cualificaciones, porque aunque ‘algunos puedan asumir que la clase creativa es fundamentalmente un grupo de población con un alto nivel de cualificación, no es así [...]. La educación es solo un indicador del potencial creativo de una persona’ (Florida 2008: 108). O dicho de otra forma, la creatividad se refiere, por tanto, a la capacidad creativa que se lleva a cabo en la ocupación que se desempeña, no a la cualificación de la persona que la desempeña o a su posición en la jerarquía organizativa. Pero, ¿cómo separar desde un punto de vista operativo ambas cuestiones si se toma como indicador la ocupación?, y en especial, ¿cómo diferenciar entre creatividad y cualificación, siendo este último uno de los principales criterios definitorios de las ocupaciones?

Responder adecuadamente a esas preguntas supone poder clasificar a las ocupaciones en función de su nivel de creatividad, guarde o no ésta relación con la cualificación. Esta es la propuesta que realizan para el caso de Estados Unidos McGranahan y Wojan (2007). Para ello hacen uso del *Dictionary of Occupational Titles* del Departamento de Trabajo, en el que se

da cuenta de la creatividad requerida por el desempeño de las ocupaciones. A partir de ahí han propuesto cambios significativos en la propuesta original de Florida, sobre todo, por el bajo nivel de creatividad que presentan muchas de las ocupaciones incluidas en el sector de las profesiones creativas. De hecho, en la clasificación de McGranahan y Wojan (2007) quedan fuera del núcleo de la clase creativa todas aquellas ocupaciones que presenten características técnicas que no tienen por qué llevar a cabo cuestiones en torno a la creatividad, eliminando ocupaciones que en mayor medida se refieren al sector de los profesionales creativos²⁵.

No obstante, a pesar de estas críticas en el uso de la ocupación como definición operativa de la clase creativa, lo cierto es que en ausencia de una clasificación específica de creatividad, sea de las ocupaciones, sea que se genere específicamente de forma independiente, la ocupación es la mejor *proxy* disponible para dar cuenta del concepto. De hecho, la propuesta de McGranahan y Wojan (2007) permite especificar empíricamente qué ocupaciones integrarían la clase creativa, suponiendo una mejora en la operacionalización del concepto, pero en ningún caso su invalidez.

A lo anterior se une tanto el hecho de que la ocupación sea una variable comúnmente incluida en operaciones estadísticas y censales, así como la existencia de clasificaciones comunes a nivel internacional, lo que facilita la operacionalización y estudio de la clase creativa, al menos, en términos de ‘ocupaciones creativas’, aunque ello suponga asumir ciertas imprecisiones y ambigüedades (Markusen et al., 2008).

2.3. Ocupaciones creativas en España: definición operativa y análisis descriptivo

Tal y como se acaba de indicar en el apartado anterior y una vez revisadas las críticas al concepto de clase creativa, entendemos que cabe hablar de forma más apropiada de ‘ocupaciones creativas’. Partiendo de esto, en este apartado presentaremos una definición operativa de las mismas aplicable al caso español para un nivel de desagregación territorial de ámbito sub-nacional, en concreto, el municipal, presentando breves datos descriptivos sobre su importancia relativa.

²⁵ En el Anexo 2.6 puede consultarse la correspondencia entre McGranahan y Wojan (2007) con Florida (2002), y apreciar cuáles han sido los grupos ocupacionales excluidos según la propuesta.

2.3.1. La clase creativa en España: definición operativa a nivel municipal

De lo expuesto con anterioridad se deriva que el indicador con el que es posible operacionalizar la clase creativa con mayor validez es la ocupación, a partir del grado de creatividad que el desempeño de éstas supone. De hecho, a partir de la definición originaria de Florida (2002), otros estudios y clasificaciones han replicado su propuesta, seleccionando y clasificando ocupaciones, evidenciando así un alto grado de consenso sobre el indicador a utilizar (la ocupación) y, en cierta medida, las categorías a incluir, conocer qué ocupaciones pertenecerían a la clase creativa, así como sus sectores (núcleo, bohemios y profesionales). Esto ofrece la oportunidad de aplicar el concepto a la realidad española, tanto para su comparación con otros países como para la comparación entre unidades sub-nacionales, como pueda ser el caso de los municipios. Para ello, se hará uso de la Clasificación Nacional de Ocupaciones en España (CNO-94).

En lo que se refiere a la realidad municipal, el Censo de Población y Vivienda de 2001 ofrece el número de ocupados de 16 o más años en viviendas familiares por municipio y ocupación, diferenciando grupos ocupacionales a 3 dígitos. Esto supone un nivel de desagregación que permite operacionalizar el concepto de clase creativa y sus componentes con bastante detalle. Además, no existe una fuente de datos más reciente que ofrezca información sobre la fuerza de trabajo clasificada por ocupaciones a nivel municipal en España. Aunque no sean datos recientes, se trata de los únicos disponibles para poder explorar la distribución espacial de la clase creativa entre los municipios españoles²⁶.

Para delimitar las ocupaciones creativas en España se han revisado clasificaciones aplicadas en otros estudios que hacen uso de los códigos de ocupaciones. Estas clasificaciones han sido trabajadas a partir de la correspondencia con la clasificación internacional de ocupaciones (ISCO-88). Más concretamente, el proceso ha consistido en identificar los códigos de los grupos ocupacionales en la propuesta de Florida (2002) a partir de la SOC-2000 de Estados Unidos, y especialmente atender a la revisión de la misma que realizan McGranahan y Wojan (2007) donde consideran los niveles de creatividad de las ocupaciones y dejan fuera algunas de las propuestas por Florida (2002). De hecho, esta revisión ha sido aceptada posteriormente por Florida et al., (2008). A continuación, se ha comprobado la correspondencia entre las clasificaciones internacionales (ISCO-88 y SOC-

²⁶ El Censo de Población y Vivienda de 2011 recoge esta información de forma muestral, por lo que no se dispone de información para todos los municipios. La información de la que disponen no está a disposición para su uso por no cumplir con los mínimos exigidos para asegurar la protección de datos a nivel municipal, por lo que hasta ahora ha sido imposible disponer de esta información para los municipios españoles.

2000), las cuales son utilizadas en otros estudios como los de Boscham y Fritsch (2007) o Lorenzen y Andersen (2009). Finalmente, a partir de este ajuste, se ha elaborado la correspondencia con la Clasificación Nacional de Ocupaciones que ofrece el Censo de 2001 (CNO-94)²⁷. Siguiendo principalmente la propuesta de McGranahan y Wojan (2007), se han excluido aquellas ocupaciones que suponen sobre todo funciones de reproducción de la fuerza de trabajo, principalmente ligada a los servicios de bienestar.²⁸

A partir de ahí se han definido los tres sectores de la propuesta de Florida: núcleo, profesiones creativas y bohemios. En este último caso se trata de una aproximación pues para poder medirlo con mayor exactitud sería necesario contar con el detalle de la CNO a 4 dígitos; no obstante, permite delimitar, a grandes rasgos, a este grupo. En su conjunto, el resultado de esta clasificación para medir la clase creativa a nivel municipal en España es la que se muestra en la Tabla 2.2 donde se indica qué ocupaciones se integran en cada sector de la clase u ocupaciones creativas, así como sus tres sectores principales (núcleo, profesionales y bohemios).

²⁷ En el Anexo 2.7, se puede comprobar la correspondencia entre SOC-2000, ISCO-88 y CNO-94.

²⁸ Básicamente, esto supone la exclusión de los profesionales creativos dedicados a servicios propios del estado de bienestar, es decir, servicios públicos (educación, salud, servicios sociales, sistema judicial...) así como las élites políticas (alcaldes, concejales, presidentes, etc), es decir, gobernantes públicos en general.

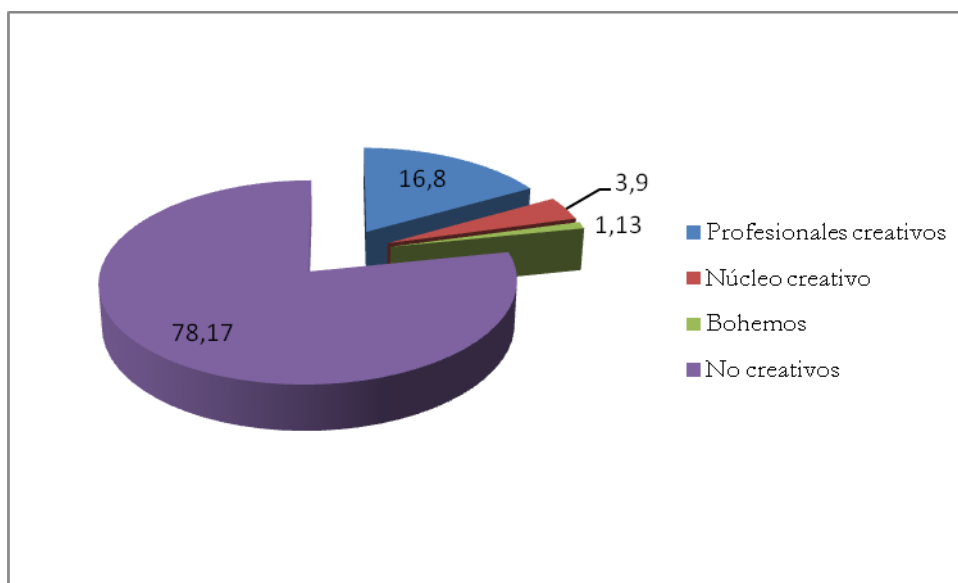
Tabla 2.2. Las ‘ocupaciones creativas’ en España según ocupaciones

Núcleo creativo	201	Físicos, químicos y asimilados
	202	Matemáticos, actuarios, estadísticos y asimilados
	203	Profesionales de la informática de nivel superior
	204	Arquitectos, urbanistas e ingenieros planificadores de tráfico
	205	Ingenieros superiores
	211	Profesionales en ciencias naturales
	221	Profesores de universidades y otros centros de enseñanza superior
	242	Economistas
	243	Sociólogos, historiadores, filósofos, filólogos, psicólogos y asimilados
	261	Profesionales asociados a unas titulaciones de 1 ^{er} universitario en ciencias físicas, químicas y asimilados
	262	Profesionales asociados a una titulación de 1 ^{er} ciclo universitario en matemáticas, estadística y asimilados
	263	Profesionales de nivel medio de informática
	264	Arquitectos técnicos
	265	Ingenieros técnicos
	271	Profesionales asociados a una titulación de 1 ^{er} ciclo universitario en ciencias naturales
	301	Delineantes y diseñadores técnicos
	307	Técnicos en edificación, seguridad en el trabajo y control de calidad
Bohemios	251	Escritores y artistas de la creación o de la interpretación
	252	Archiveros, bibliotecarios y profesionales asimilados
	292	Ayudantes de archivo, biblioteca y asimilados
	354	Profesionales del mundo artístico, del espectáculo y de los deportes
	531	Modelos de moda, arte y publicidad
Profesionales creativos	102	Personal directivo de las administraciones públicas
	111	Dirección general y presidencia ejecutiva
	112	Dirección de departamento de producción
	113	Dirección de áreas y departamentos especializados
	121	Gerencia de empresas de comercio al por mayor con menos de 10 asalariados
	122	Gerencia de empresas de comercio al por menor con menos de 10 asalariados
	131	Gerencia de empresas de hospedaje con menos de 10 asalariados
	132	Gerencia de empresas de restauración con menos de 10 asalariados
	140	Gerencia de otras empresas con menos de 10 asalariados
	151	Gerencia de empresas de comercio al por mayor sin asalariados
	152	Gerencia de empresas de comercio al por menor sin asalariados
	161	Gerencia de empresas de hospedaje sin asalariados
	162	Gerencia de empresas de restauración sin asalariados
	170	Gerencia de otras empresas sin asalariados
	231	Abogados y fiscales
	239	Otros profesionales del derecho
	241	Profesionales en organización y administración de empresas
	291	Diplomados en contabilidad y graduados sociales y técnicos de empresas y actividades turísticas
	305	Profesionales en navegación marítima
	306	Profesionales en navegación aeronáutica
	331	Profesionales de apoyo en operaciones financieras y algunas operaciones comerciales
	332	Representantes de comercio y técnicos de venta

Fuente: Elaboración propia a partir de Florida (2002), Boschman y Fritsch (2007); Lorenzen y Andersen (2009) y Mcgranahan y Wojan (2007)

La aplicación de esta propuesta muestra que, según el Censo de Población y Vivienda de 2001, las ocupaciones creativas suponen un 21,8 % de la población ocupada en 2001, es decir, más de 3 millones y medio de ocupados²⁹. Más concretamente, tanto el núcleo creativo como los bohemios representan una parte minoritaria (3,9 % y 1,13 % respectivamente), siendo el grupo de los profesionales creativos el más numeroso (16,8 %) (ver Figura 2.1).

Figura 2.1. Distribución porcentual de las ocupaciones creativas y sus grupos en España



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Censo de Población y Vivienda. INE (2001)

Esta distribución entre sectores de la clase creativa es similar a la de otros países. Por ejemplo, según McGranaham y Wojan (2007) en Estados Unidos, muestran que en las áreas urbanas, la clase creativa ocupa el 30 % de la población y el 19 % de la población ocupada en áreas rurales. Boschman y Fritsch (2009), analizan la clase creativa para 7 países europeos (Dinamarca, Reino Unido, Finlandia, Alemania, Holanda, Noruega y Suecia). Los resultados muestran que la clase creativa ocupa a 26.065.907 personas en 2002, o lo que sería el 37,7 % de los trabajadores totales para los 7 países, y alrededor del 15 % de la población total de estos países. Las diferencias en cuanto al porcentaje total de clase creativa en España y otros países, se deben, sobre todo, a que nuestra definición es más restrictiva al haber excluido ocupaciones ligadas, principalmente, a los servicios públicos.

²⁹ Exactamente 3.615.193 ocupados en España pertenecen a la clase creativa, según definición propuesta.

En el caso del Reino Unido Clifton (2008) muestra que la ‘clase creativa’ supone un 37,3 %, cifra similar al resto de países analizados. El núcleo y los bohemios serían las categorías más reducidas (9,7 % y 2,1 % respectivamente) mientras que los profesionales sería la más numerosa (25,5 %).

Florida y Tinagli (2004) analizan la clase creativa en Europa, comprobando que suponen más del 25 % de la población ocupada en 7 de los 14 países europeos analizados. En todos ellos, el porcentaje referido a la clase creativa es menor que en los Estados Unidos (30,08 %), aunque países como Bélgica, Holanda y Finlandia se acercan mucho (29,97 %, 29,54 % y 28,61 % respectivamente). También Reino Unido (26,73 %), e Irlanda (26,01 %) superan el 25 % de población creativa. España aparece con un 19,8 % de población ocupada en sectores de la clase creativa en el año 2000, cifra muy cercana a los datos de nuestro análisis.

2.4. Conclusiones

Los objetivos principales de este capítulo eran dos. Por un lado, discutir y revisar el concepto de clase creativa, y por otro lado, hacer una propuesta de definición operativa del concepto para el territorio español.

En primer lugar cabe concluir que debemos diferenciarla del concepto de ‘sector o industria creativa’, ya que como ha quedado expuesto, se trata de aspectos diferentes. Por un lado, la ocupación desarrollada por el individuo dentro de un proceso, y por otro lado, el propio proceso de producción en sí mismo en su conjunto. Es decir, la ocupación se refiere al trabajador, mientras que el proceso de producción trata sobre la actividad económica a la que se dedica la propia industria (ocupación del trabajador vs. actividad económica de la empresa donde desempeña su trabajo). Se trata de conceptos interrelacionados, pero diferentes. En una industria creativa pueden existir trabajadores cuya ocupación no implique creatividad, y a su vez, pueden existir trabajadores cuya ocupación requiera de creatividad pero que no trabajen en una industria con tal fin. Esto, por tanto, permite diferenciar ambos conceptos: ‘sector creativo’ y ‘clase creativa’. No se trata del proceso y el producto resultante, sino de la creatividad que implica el desempeño de una ocupación.

En segundo lugar, la revisión muestra que la idea de clase creativa no parece encajar conceptualmente con el concepto clásico de ‘clase social’, sino que más bien se trata de un

conjunto de ocupaciones que se distinguen por su ‘creatividad’, sin que en ello intervengan otros criterios comúnmente usados en la delimitación de las clases sociales (jerarquía, cualificaciones...); o mejor, sin que estos criterios parezcan permitir delimitarlas porque se refieren a ideas y conceptos diferentes. Por tanto, más que de ‘clase creativa’ cabría referirse a ‘ocupaciones creativas’, como haremos en adelante en este texto.

En tercer lugar, a partir de la delimitación original de Florida, así como aplicaciones posteriores en Estados Unidos y Europa, hemos generado una propuesta para definir operativamente las ocupaciones creativas en España. Esta considera algunas de las restricciones y mejoras sugeridas y, además, puede ser usada para realizar tanto comparaciones internacionales como sub-nacionales. Su aplicación al caso español muestra que España no se diferencia sustancialmente del resto de países europeos para los que existen análisis sobre el porcentaje que suponen las ocupaciones creativas sobre el total de trabajadores; como tampoco en la distribución entre sus tres sectores. Ahora bien, ¿existen diferencias sub-nacionales?, ¿dónde se localizan las ocupaciones creativas?, ¿por qué? Este será el estudio que trataremos de desarrollar en el siguiente capítulo.

Capítulo 3. Escenas culturales y localización de las ocupaciones creativas

Tal y como hemos indicado en la introducción, una de las preguntas que vienen centrando el análisis sobre la influencia de la innovación y la creatividad sobre el desarrollo territorial es la referida a la localización de los agentes que la producen o promueven. La relevancia de esta pregunta se encuentra en el hecho de ser una cuestión previa al análisis del efecto que tengan sobre el desarrollo territorial. Esto es, el estudio de la localización de los actores que promueven la creatividad y los factores que la explican debería hacerse previamente.

En este capítulo presentaremos, en primer lugar, la distribución espacial -o localización- de las ocupaciones creativas en España, usando como escala territorial los sistemas locales de trabajo, por las razones señaladas en el capítulo anterior. En segundo lugar, repasaremos los argumentos y factores principales que, según la literatura, explicarían la localización de estas ocupaciones, derivando de ellos algunas hipótesis. En tercer lugar, trataremos de analizar empíricamente estas últimas para el caso español, pasando a discutir los principales hallazgos. Por último se presentarán algunas conclusiones sobre la pertinencia de las hipótesis planteadas.

3.1. La distribución espacial de las ocupaciones creativas en España: una visión descriptiva

En el capítulo anterior hemos visto que, como en estudios para otros países (Boschman y Fritsch, 2009; Clifton, 2008), el grupo más voluminoso dentro de las ocupaciones creativas es el que se refiere a los profesionales, con bastante diferencia frente a los otros dos, siendo el de los bohemios el grupo minoritario. No obstante, tanto el primero como este último presentan mayores niveles de variabilidad, es decir, sus niveles de presencia, como porcentaje sobre el total de población ocupada en cada sistema local de trabajo, muestran un mayor grado de dispersión territorial (ver desviaciones típicas recogidas en la Tabla 3.1). De hecho, un simple análisis de correlaciones muestra que aunque la presencia de los tres grupos guarda cierta relación, se aleja de ser la misma (correlaciones en torno a 0,60), ver Tabla 3.1). Por tanto, parece que la localización de las ocupaciones creativas, y sus grupos, se distribuyen de forma desigual por todo el territorio español. Cabe preguntarse pues,

¿dónde residen las ocupaciones creativas?, y aún más, ¿existen diferencias entre los tres grupos?

Tabla 3.1. La presencia de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo

Porcentajes sobre el total de población ocupada

	Descriptivos				Correlaciones		
	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Núcleo	Bohemios	Profesionales
Total	3,92	32,83	14,98	4,42	0,73	0,73	0,98
Núcleo creativo	0,10	7,46	1,61	1,00	-	0,57	0,57
Bohemios	0,00	4,05	0,60	0,37	-	-	0,65
Profesionales creativos	3,51	27,38	12,77	3,50	-	-	-

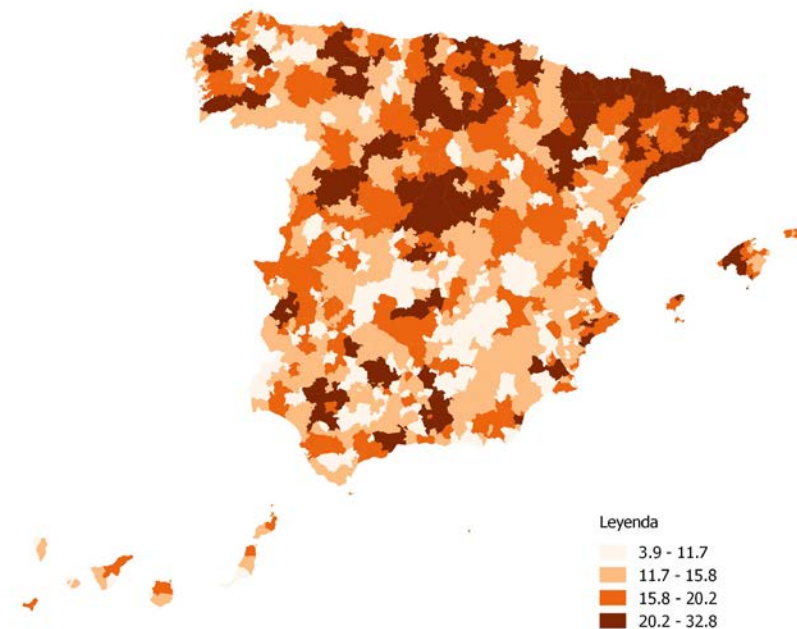
Fuente: Elaboración propia a partir de Censo de Población y Vivienda. INE (2001) N=806 SLT

Para analizar la localización de las ocupaciones creativas y sus tres grupos hemos considerado su nivel de presencia, es decir, el peso del número de ocupados en ocupaciones creativas sobre el total de población ocupada en los sistemas locales de trabajo, tanto para su conjunto, como para cada uno de sus tres grupos. Este indicador daría cuenta del grado de especialización del sistema local de trabajo en torno a la creatividad desde una perspectiva ocupacional. Hemos reflejado este indicador en distintos mapas. En concreto, en la Figura 3.1 se presenta para el total de las ocupaciones creativas, y en las Figuras 3.2, 3.3 y 3.4 para cada uno de sus sectores (núcleo, bohemios y profesionales, respectivamente). Con ello se pretende ofrecer una primera visión descriptiva sobre la localización de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo para el año 2001. Más concretamente, estos mapas muestran mediante la gradación de colores, el peso de las personas que desarrollan su trabajo en una ocupación creativa y residen en uno de los municipios incluidos en los sistemas locales de trabajo sobre el total de la población ocupada que reside en ellos. Los colores más claros representan porcentajes más bajos, y los más oscuros representan un mayor porcentaje sobre el territorio³⁰.

³⁰ Para la visualización de la información descriptiva se han representado los intervalos utilizando una escala *natural breaks*, que analiza la varianza de los casos y los agrupa según el criterio de mayor cercanía.

Figura 3.1. Localización de las ocupaciones creativas en España

Porcentaje sobre el total de población ocupada



Fuente: Elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda. INE (2001)

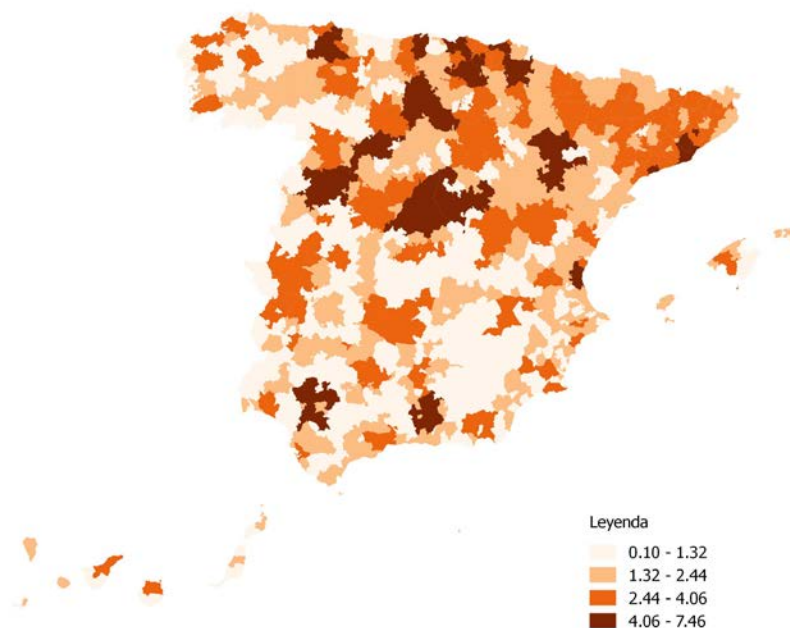
Para el conjunto de las ocupaciones creativas puede apreciarse que, en general, parecen concentrarse sobre todo en grandes áreas urbanas, como Madrid y Barcelona, Sevilla o Valencia, así como en otras que aunque de menor tamaño son pero centros de actividades turísticas o culturales, como Bilbao, Zaragoza, Málaga, Córdoba ó Cáceres. Se observa a su vez que gran parte del territorio se caracteriza por presentar unos niveles bajos de presencia de ocupaciones creativas (las ‘manchas’ más claras en la Figura 3.1).

Este esquema parece coincidir con el de la jerarquía urbana en España (Franch et al., 2013), es decir, su localización sigue la pauta de concentración de fuerza de trabajo en localidades de mayor tamaño. En general, esta parecer ser la pauta característica de las ocupaciones creativas, como muestran estudios en otros países (Lorenzen y Andersen, 2009). Por tanto, podría decirse que la clase creativa sigue una pauta de localización urbana, o al menos, estrechamente relacionada con el tamaño de las localidades. No obstante, el análisis por sectores de las ocupaciones creativas muestra algunas diferencias destacables respecto a esta pauta general.

Si observamos la localización de las ocupaciones del núcleo creativo, representada en la Figura 3.2, se puede ver que las diferencias territoriales son más pronunciadas, es decir, se aprecia en el mapa menos homogeneidad que en el caso anterior. Esta diferencia se observa sobre todo por la concentración en grandes capitales. De hecho, parece existir una mayor relación del tamaño de la localidad con la presencia de trabajadores del núcleo creativo que con la representación de las ocupaciones creativas en general. De hecho, la correlación entre la presencia de este grupo y el tamaño demográfico de los sistemas locales de trabajo es igual a 0,68, mientras que para el conjunto de las ocupaciones creativas es igual a 0,50. En la Figura 3.2 puede observarse que en la mayor parte del territorio aparecen niveles muy bajos de presencia para este grupo, y principalmente, en las zonas del interior y la mitad-sur del país.

Figura 3.2. Localización del núcleo creativo en España

Porcentaje sobre el total de población ocupada



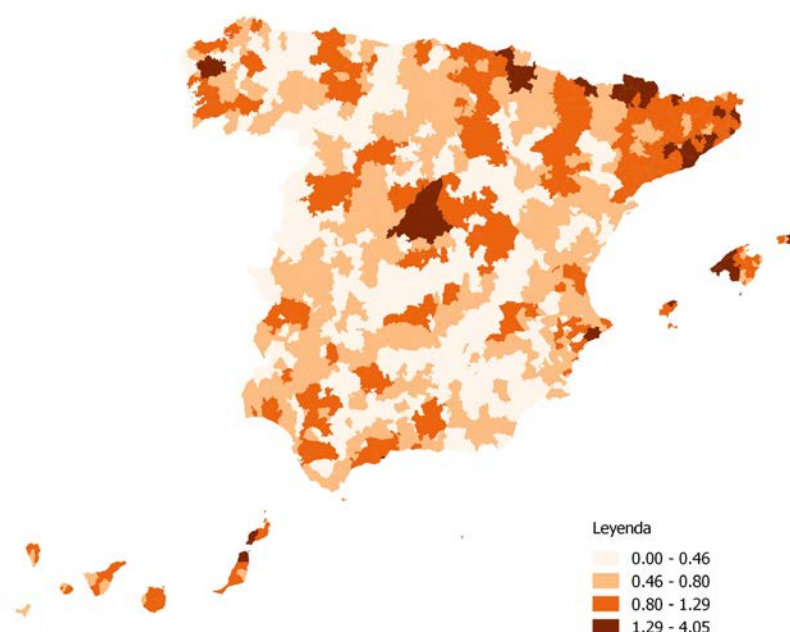
Fuente: Elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda. INE (2001)

En la 'geografía' del grupo de los bohemios también aparece cierto nivel de concentración (Figura 3.3), aunque un menor nivel de relación con el tamaño demográfico (correlación igual a 0,42.). Se aprecia que las grandes capitales, como Madrid y Barcelona, destacan por

una alta presencia de bohemios, pero no son las únicas. Algunas localidades, principalmente en el norte y el Pirineo cuentan con una alta concentración de trabajadores que se corresponden con este grupo de ocupaciones creativas. Aunque, al igual que en el caso del núcleo creativo, la mayor parte del territorio destaca por niveles muy bajos de presencia de este grupo ocupacional.

Figura 3.3. Localización de los bohemios en España

Porcentaje sobre el total de población ocupada

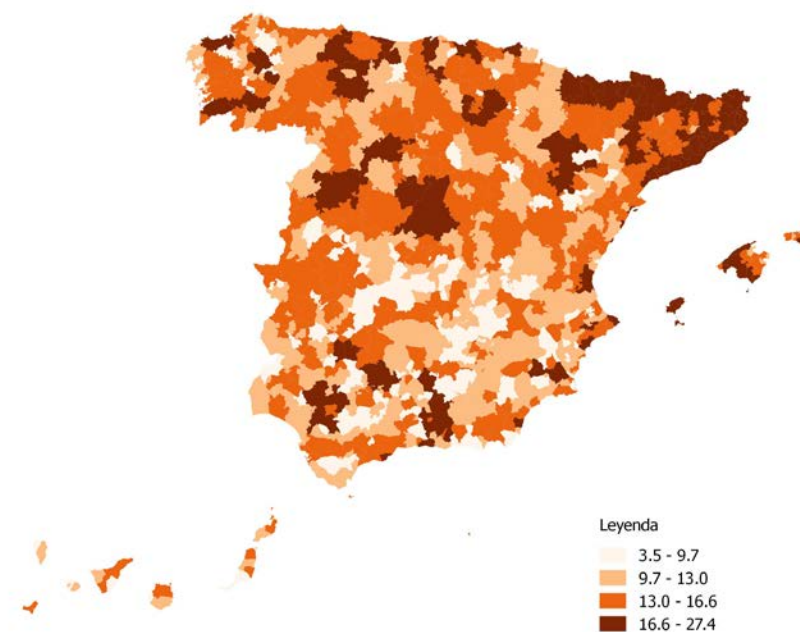


Fuente: Elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda. INE (2001)

Por último, la Figura 3.4 muestra la presencia de profesionales creativos en los sistemas locales de trabajo españoles. En este caso se aprecia una distribución más equilibrada por la geografía española, es decir, existe un mayor grado de homogeneidad territorial que en los casos anteriores. No obstante, existen zonas con una mayor tasa de presencia de profesionales creativos, y aunque en menor medida, el patrón del tamaño de la localidad vuelve a cobrar relevancia (correlación igual a 0,40). Destacan algunas de las grandes capitales (Madrid, Barcelona, Valencia), aunque también zonas costeras que cuentan con atractivos turísticos y culturales, así como actividades ligadas a la industria del entretenimiento (restauración, parques atracciones, campos de golf, etc.).

Figura 3.4. Localización de los profesionales creativos en España

Porcentaje sobre el total de población ocupada



Fuente: Elaboración propia partir de Censo de Población y Vivienda. INE (2001)

Para finalizar este análisis descriptivo de la localización de las ocupaciones creativas en los sistemas locales se ha elaborado un *ranking* de aquellos que presentan los mayores niveles de presencia, concretamente, los 10 sistemas locales con los valores más altos, tanto para el total como para cada sector³¹.

³¹ El *ranking* de los sistemas locales con las puntuaciones más bajas está disponible en el Anexo 3.1.

Tabla 3.2. Sistemas locales de trabajo según ocupaciones creativas: las diez puntuaciones más altas
Porcentajes sobre el total de población ocupada

	Ocupaciones creativas	Núcleo creativo	Bohemios	Profesionales creativos
Media nacional	14,98	1,61	0,60	12,76
1º	Naut Aran (32,83)	Madrid (7,46)	Naut Aran (4,05)	Naut Aran (27,38)
2º	Madrid (30,99)	Bilbao (6,21)	Benasque (2,46)	Sallent de Gállego (25,30)
3º	Benasque (29,22)	Vitoria-Gasteiz (5,63)	Sant Joan de Labritja (2,35)	Vielha e Mijaran (24,89)
4º	Vielha e Mijaran (29,03)	Pamplona-Iruña (5,51)	Vielha e Mijaran (2,16)	Benasque (24,63)
5º	Sallent de Gállego (28,99)	Barcelona (5,44)	Madrid (1,90)	Peñíscola (23,27)
6º	Barcelona (28,19)	Donostia-San Sebastián (5,40)	Sallent de Gállego (1,88)	Sort (22,38)
7º	Mataró (27,58)	Arrasate o Mondragón (5,27)	Barcelona (1,79)	Tossa de Mar (22,16)
8º	Sabadell (26,83)	Valladolid (5,17)	Pont de Suert El (1,73)	Mataró (22,16)
9º	Bilbao (26,60)	Sabadell (5,12)	Torroella de Montgrí (1,73)	Alp (22,09)
10º	Sort (26,07)	Bergara (5,10)	Yaiza (1,72)	Ezcaray (22,04)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Censo de Población y vivienda (2001)

Esta información, nuevamente muestra que el norte de España así como las zonas costeras, suelen ser los lugares que mayor atracción presentan sobre este tipo de ocupaciones. Sin embargo, si atendemos a cada sector en particular, pueden destacarse algunas diferencias. El núcleo de las ocupaciones creativas se localiza especialmente en sistemas locales de trabajo de grandes ciudades como Madrid (7,46 %) y Barcelona (5,44 %), a la vez que en ciudades medias de la región del País Vasco o Cataluña, como Bilbao (6,21 %), Vitoria-Gasteiz (5,63 %) o Sabadell (5,12 %) (Tabla 3.1 y Figura 3.2). Sin embargo, los sistemas locales de trabajo en donde destaca la presencia de profesionales creativos se sitúan en el norte de Lérida y Gerona, en torno al Valle de Arán, (27,38 %) así como en municipios donde destaca la actividad turística, en la costa de Valencia o Barcelona, como Peñíscola (23,27 %) o Tossa de Mar (22,16 %). Por otro lado, en el patrón de localización de los bohemios destacan tanto grandes ciudades, Madrid (1,90 %) y Barcelona (1,79 %), como otros lugares con características más específicas, principalmente, zonas más rurales, con poca población, pero con espacios naturales de gran importancia, y donde se mezcla la

actividad agrícola con el turismo. Se trata del Alto Arán (4,05 %), Benasque (2,46 %), Sant Joan de Labritja (2,35 %) o Vielha e Mijaran (2,16 %)³²

Así pues, la pauta general es que en las zonas del interior existe una baja presencia de estas ocupaciones, al contrario que en las áreas cercanas a los grandes centros urbanos o zonas que cuentan con recursos o ‘amenities naturales’, como la costa o parajes naturales que destacan por lo contrario. De hecho, aunque la mayor parte de la literatura se centra en el estudio de las áreas urbanas, algunos análisis apuntan que la presencia de la clase creativa no es privativa de éstas, pues existen factores en el ámbito rural que pueden atraerla, tal y como aspecto de la calidad de vida ligados a la naturaleza o la vida comunitaria que se relacionan estrechamente con algunos de los valores y estilos de vida que, según la literatura, caracteriza a las ocupaciones creativas (Herslund, 2012, McGraham, Wojan y Lambert, 2010; Einerman, 2015). Pareciera, pues, que la presencia de la clase creativa en los mercados locales de trabajo se corresponde principalmente con su tamaño pero que también cuentan otros factores que, según la literatura, atraen a este grupo social.

¿Cuáles son estos factores?, ¿qué importancia tienen unos frente a otros?, ¿actúan del mismo modo para cada uno de los tres sectores de las ocupaciones creativas?; en definitiva, ¿qué factores dan cuenta de la localización de las ocupaciones creativas? En el siguiente apartado revisaremos la literatura para tratar de dar respuestas a estos interrogantes.

3.2. La localización de las ocupaciones creativas: la importancia del clima social y cultural

Para responder a la pregunta recién planteada la literatura destaca que las personas que desempeñan ocupaciones creativas son atraídas por contextos locales caracterizados por presentar un clima de innovación, tanto en su dimensión económica, en términos de ‘clima empresarial’ (*business climate*), como en su dimensión social, en términos de ‘clima social’ (*people climate*). El primero se refiere, fundamentalmente, a la existencia de actividad económica centrada en la nueva economía del conocimiento, como los sectores ligados a la investigación y el desarrollo, o bien, sectores que hacen un uso intensivo de ello. El clima social se refiere a un conjunto de factores que hacen atractivo un contexto local por la existencia de un estilo de vida que se caracteriza por la diversidad, la apertura y la

³² Población de los sistemas locales de trabajo con mayor presencia de bohemios: Naut Aran (2.298 habitantes), Benasque (3.195 habitantes) y Sant Joan (4.094 habitantes).

tolerancia, así como la densidad de oportunidades de consumo cultural (Asheim y Hansen, 2009; Taylor, 2009).

No obstante, en la literatura sobre la localización de las ocupaciones creativas parece jugar un papel más importante el segundo que el primero, o cuando menos, juega un papel distintivo. Por un lado, porque el clima empresarial vendría a coincidir, básicamente, con la perspectiva de la especialización productiva. A saber: la presencia de ocupaciones creativas se explicaría por la presencia de aquellos sectores que, con mayor probabilidad, las emplean. Ya hemos visto en el capítulo anterior que aunque son aspectos diferentes, existe cierta relación entre ‘sectores’ y ‘ocupaciones’ creativas, por lo que cabría esperar que allí donde existan los primeros, se localicen las segundas. O de otra forma, las actividades productivas atraen a las personas que pueden desempeñarlas (Glaeser, 1994; Glaeser et al., 2001; Pratt, 2008; Kratke, 2010).

De hecho, la ‘tecnología’ (o sector creativo), supone una de las tres T del desarrollo territorial (junto al talento y la tolerancia) en las formulaciones originales de la perspectiva de la clase creativa (Florida, 2002). No obstante, el rasgo distintivo de esta perspectiva cabría situarlo en la importancia concedida a la tercera T, la tolerancia; o más en general, al clima social, pues supone la inclusión de un factor o perspectiva que atiende a los rasgos socio-culturales de las comunidades locales, diferente a la especialización productiva o el capital humano. Esto supondría que el talento, en la forma de ocupaciones creativas, no sería atraído únicamente por la existencia de trabajos creativos, sino también por la presencia de un clima social que es cercano a su ‘ethos cultural’, que le permitiría desarrollar su estilo de vida caracterizado por la innovación, la tolerancia y el gusto por la diversidad, así como por la existencia de oportunidades para poner desarrollar prácticas culturales acordes con ello (Hansen, 2007; Asheim y Hansen, 2009; Silver et al., 2010).

Obviamente, lo anterior no implica que el clima social sea el único factor o el factor determinante para explicar la localización de las ocupaciones creativas, sino más bien que supone un factor nuevo y distintivo porque ofrece una respuesta diferente. Básicamente, esta aportación supone que los territorios no son únicamente espacios en los que tienen lugar ‘relaciones productivas’, diferentes por las oportunidades laborales que ofrecen, sino también por las ‘relaciones sociales’ que fomentan, las oportunidades para desarrollar determinados estilos de vida. O más llanamente, se trata de considerar al territorio no sólo como espacio productivo, sino también como ‘lugar’, como espacio caracterizado por

ciertos patrones de relaciones sociales y de consumo cultural (Glaeser et al., 2001, 2004; Pratt, 2008).

De hecho, la literatura sobre migraciones internas ha ido llamando progresivamente la atención sobre este conjunto de factores. Siempre han sido las migraciones del ámbito rural al urbano las que han captado gran parte de la atención de los focos de investigación, así como el papel de la población extranjera en las dinámicas poblacionales. Sin embargo, cada vez más se atiende al análisis de la migración urbana-urbana. Desde esta perspectiva, los factores que han venido explicando la migración interurbana se pueden agrupar en 4 aspectos: 1) mercado de trabajo 2) calidad de vida; 3) mercado de vivienda y 4) ciclo de vida y familiar. (Alperovich, et al., 1977; Findlay y Rogerson, 1993; Greenwood, 1975; Johnson, 1984; Sobrino, 2010). Las ciudades han pasado de ser un reclamo principalmente por su situación en cuanto a producción, para hacerlo también a través del consumo. Esto se refleja, por ejemplo, en la creciente importancia de aspectos relacionados con las relaciones sociales y la calidad de vida, los servicios disponibles o el ocio en las dinámicas de migración tanto interurbana, como el movimiento ‘neo-rural’ entre ámbitos urbanos y rurales; en particular, para grupos con estilos de vida que valoran especialmente esos aspectos (Clark, 2003; Nantes y Raymond, 2007; Camarero, 1993; 2009).

No obstante, las teorías sobre movilidad de la clase creativa que se originan en los estudios de Florida (2002) para Norteamérica parecen no ser comparables con el contexto europeo. Algunos estudios apuntan a la relevancia del Estado de bienestar, su influencia sobre la movilidad en los mercados de trabajo, que hace que sea menor en el contexto Europeo (Hansen, 2007; Hansen y Niedomsyl, 2008; Andersen, Bugge, Hansen, Isaksen y Raunio, 2010). Un ejemplo concreto para los países europeos podemos encontrarlo en el estudio realizado por Martin-Berlot, Grossetti, Eckert, Gritsai y Kovács (2010) sobre la movilidad de la clase creativa en diez ciudades europeas. Concluyen que los factores más importantes se relacionan con lo que denomina *trayectoria personal*, la existencia de oportunidades laborales y el apego previo a la ciudad (nacer allí, tener la familia y amigos cerca o haber estudiado allí). No obstante, también destaca que entre la razones de movilidad residencial cuentan los factores relativos al clima social (la apertura y tolerancia, la existencia de un ambiente favorable a los homosexuales, la diversidad de oportunidades de consumo cultural y de ocio, y la belleza del entorno).

Más en general, respecto a estos factores en la literatura sobre las ocupaciones creativas cabría destacar dos aspectos relacionados entre sí, pero que cabría distinguir analíticamente,

y a los que denominaremos ‘clima social’ y ‘clima cultural’. El primero se refiere, fundamentalmente, al tipo de relaciones sociales y los valores que las sustentan. La idea central es que las ocupaciones creativas se caracterizan por un ‘ethos’ específico, un conjunto de valores en torno a la tolerancia y la diversidad, y que por tanto, suelen preferir residir en espacios donde estos valores están presentes (Florida, 2002; 2006). En los trabajos de Florida estos rasgos contextuales se refieren a la presencia de parejas homosexuales o la diversidad étnica (Florida, 2002), aunque análisis posteriores suelen centrarse principalmente en el segundo aspecto, usando la presencia de población extranjera como *proxy* a la existencia de un clima de apertura y tolerancia hacia la diversidad. Por ejemplo, Hansen (2007), en el caso de Suecia, y Boschman y Fritsch (2009), en su comparación entre países europeos, utiliza indicadores basados en el porcentaje de población extranjera junto con el índice de bohemios (la presencia de este grupo) para medir la tolerancia como indicador de la apertura (*openness*) del ‘clima social’.

El clima cultural se refiere, en cambio, a posibilidades de manifestar los valores característicos del ‘ethos’ de las ocupaciones creativas, su estilo de vida, en la forma de prácticas y consumos culturales. No se trata, pues, de la composición social de la comunidad, sino de la existencia de espacios, servicios y equipamientos que permiten desarrollar un determinado estilo de vida. Así, la literatura suele destacar que los contextos caracterizados por una mayor densidad de oportunidades de consumo cultural suelen atraer en mayor medida a las ocupaciones creativas, porque estas valoran la existencia de tales oportunidades. Estas se refieren, básicamente, a espacios escénicos, pero también las relacionadas con la restauración, el ocio o el entretenimiento (Whitt, 1987; Scott, 1997; Glaeser et al, 2001; Florida, 2002; Clark, 2003; Shapiro, 2006; Currid, 2007).

Ahora bien, desde una perspectiva más general, lo anterior supone que ciertas oportunidades de consumo cultural atraen a ciertos grupos y no a otros. Clark (2003), por ejemplo, analiza distintas categorías de ‘amenities’, como aspectos naturales (clima, humedad, etc.), equipamientos construidos (grandes instituciones, museos, opera, etc.), además de aspectos socioeconómicos (diversidad cultural, nivel educativo, etc.) y actitudes y valores de los residentes (tolerancia, apertura, etc.). Muestra que el impacto que estas categorías de ‘amenities’ tienen sobre diferentes subpoblaciones, concluyendo que diferentes tipos de personas se sienten atraídas por distintas ‘amenities’, o a su vez, sienten rechazo por otras. De ahí deriva la que denomina tesis del ‘relativismo contextual’, a saber: distintas ‘amenities’ atraen a diferentes grupos en función de sus estilos de vida, o más

llanamente, lo que atrae a unos puede causar rechazo en otros influyendo en sus decisiones migratorias, de localización residencial. (Clark, 2003:123-124).

Esta tesis fundamenta la perspectiva de las escenas culturales, pues esta señala que la localización (o atracción) de diferentes grupos sociales se ve influida, entre otros factores, por la presencia de determinadas oportunidades de consumo cultural que permiten expresar el estilo de vida característico de tales grupos. Por tanto, no se trata tanto de la densidad de oportunidades de consumo cultural, sino de la orientación de éstas, las prácticas culturales que fomentan y/o permiten expresar (Clark, 2003, 2007; Silver et al., 2010).

En el caso concreto de las ocupaciones creativas cabe pensar que, con cierta independencia de otros factores, su localización pueda explicarse por la existencia de escenas de carácter innovador; tal y como apuntan otros análisis realizados en ciudades de 50 mil o más habitantes en España (Rodríguez et al., 2012), en Canadá (Silver y Clark, 2013) o en Polonia (Keklokto y Navarro, 2015). Esto se explicaría porque, tal y como hemos señalado en el primer capítulo, este tipo de escenas, a diferencia de las comunitarias, se caracterizan por la combinación de dimensiones relativas a la auto-expresión o la transgresión que son cercanas al ‘ethos’ de las ocupaciones creativas; y en especial, para el grupo de los bohemios.

Ahora bien, tal y como hemos indicado anteriormente, clima social y cultural pueden estar relacionados, en la medida en que la composición social puede dar cuenta de la existencia de ciertos espacios de consumo cultural, en la línea que apunta la literatura sobre la relación entre estructura social y prácticas culturales (por ejemplo, Bourdieu, 2002). Básicamente, esto supondría la existencia de un ‘modelo de demanda’: existen determinadas oportunidades de consumo cultural, cierto tipo de escenas culturales, porque son demandadas por determinados grupos sociales. No obstante, algunos análisis muestran la existencia de un ‘modelo de oferta’ en la medida en que las oportunidades de consumo cultural parecen fomentar la atracción de ciertos grupos sociales (Clark et al., 2002; 2011).

Estos modelos pueden conllevar procesos de segregación y desigualdad entre diferentes áreas y grupos sociales en la ciudad. En este sentido, anteriormente hemos destacado la relación entre las oportunidades de consumo cultural y las migraciones, pero otros ejemplos se encuentran en la literatura sobre los procesos de gentrificación en las ciudades, donde la aparición de ciertas oportunidades de consumo cultural pueden derivar en la

expulsión de residentes tradicionales, de clases populares, y su sustitución por grupos de estatus más altos (Zukin, 2008; Navarro et al., 2012). En este sentido, en el análisis del cambio en los barrios de Madrid y Barcelona entre 1991 y 2001 parece predominar el modelo de oferta, pero también aparece el modelo de demanda, esto es, el hecho de que las escenas culturales parecen atraer a personas que desarrollan ocupaciones creativas (Navarro, 2013). Otros análisis muestran que aquellos contextos donde existen escenas más innovadoras fomentan prácticas culturales de ese tipo entre sus habitantes, incluso entre aquellos que, por lo general, suelen desarrollar prácticas más tradicionales (Navarro y Rodríguez, 2014). En suma, las escenas culturales, como propiedad contextual de las comunidades, parecen tener cierto efecto en el desarrollo de determinadas prácticas culturales o la atracción de grupos sociales con cierta independencia de la composición social de las comunidades.

De lo anterior, y en correspondencia con la ‘tesis del relativismo contextual’ y su derivación hacia la perspectiva de las escenas culturales, cabría esperar que el efecto del contexto socio-cultural sea diferente para los tres grupos delimitados en el seno de las ocupaciones creativas. En este sentido Asheim y Hansen (2009) postulan que el clima empresarial suele ser más importante para explicar la localización de las ocupaciones creativas que se caracterizan por el desarrollo de conocimiento sintético, mientras que el clima social lo sería para las que lo hacen respecto al conocimiento analítico y simbólico; que en el caso de la clasificación que venimos utilizando, sería el núcleo de las ocupaciones creativas y los bohemios, frente a los profesionales. Más en general, esto significaría que diferentes industrias, con diferentes bases de conocimiento, dependen de los distintos tipos de talento de cara a la innovación (Asheim y Gertler, 2005; Asheim et al., 2007; Hansen et al., 2005; Moodysson, Coenen y Asheim 2008). Los procesos de innovación difieren entre sectores e industrias porque requieren diferentes bases del conocimiento (Asheim y Gertler, 2005).

Pero, tal y como estos análisis indican, en tales procesos también parecen contar aspectos ligados al clima social y cultural. Por ejemplo, un ingeniero, que trabaje en una industria automovilística basada en el conocimiento sintético no compartirá las preferencias de localización residencial con un artista o director de cine (conocimiento simbólico), o con un investigador en biotecnología (conocimiento analítico). Por ejemplo, el estudio de Asheim y Hansem (2009) señala que los trabajadores basados en el conocimiento sintético (profesionales) prefieren un ambiente relajado, conservador y orientado a la familia, mientras que los trabajadores que se basan en el conocimiento simbólico (bohemios)

prefieren las grandes ciudades por sus mayores y más diversas oportunidades de consumo, ocio y entretenimiento; mientras que los basados en el conocimiento analítico (núcleo creativo) preferirían localizaciones que compartan ambos rasgos (Asheim y Hansem, 2009).

En este sentido, la literatura sobre la gentrificación suele señalar que son los grupos de bohemios los que dan origen a este tipo de fenómeno urbano, en la medida en que son el grupo que en mayor medida encarnan y ponen en práctica el ‘ethos’ que caracteriza a las ocupaciones creativas³³. Normalmente, prefieren residir en núcleos urbanos, pero en especial, en lugares cargados de autenticidad local, en sus construcciones y vecindario. Cuando estos nuevos habitantes se ubican en estas zonas cambian la composición social del vecindario, pero también, los patrones de consumo cultural y el estilo de vida de la zona, atrayendo así a otros sectores de las ocupaciones creativas (Lloyd, 2006; Zukin, 2009)

Por tanto, cabría señalar que el clima social y el clima cultural tendrían mayor importancia que el empresarial para dar cuenta de la localización del núcleo de las ocupaciones creativas y el grupo de los bohemios, que para el grupo de los profesionales creativos. Y en particular, que el clima cultural sea más importante para el grupo de los bohemios, especialmente cuando el contexto territorial se caracteriza por escenas culturales que se orientan hacia el modelo innovador en vez del comunitario.

A modo de resumen, de lo expuesto cabría delimitar las siguientes hipótesis referidas, por un lado, al efecto del clima social y cultural sobre la localización de las ocupaciones creativas, y por otro lado, de las variaciones de sus efectos según el grupo de éstas que se considere. Esto da lugar al conjunto de hipótesis generales y específicas que se enuncian a continuación.

Las hipótesis generales plantean la importancia del espacio como ‘lugar’ (conjunto de relaciones sociales y prácticas culturales), y serían las siguientes:

- H31. El clima social y cultural explicarán la localización de las ocupaciones creativas con cierta independencia de otros factores (capital humano y especialización productiva)
- H311. Un clima social caracterizado por la tolerancia y la diversidad influye positivamente en la localización de las ocupaciones creativas

³³ De hecho, en los primeros textos de Florida (2002) la presencia de bohemios se considera una variable explicativa de la presencia de clase creativa.

- H312. Una mayor densidad de oportunidades de consumo cultural implica una mayor presencia de ocupaciones creativas
- H313. Una mayor orientación de las escenas culturales hacia un carácter innovador, frente a escenas culturales de índole comunitario, da cuenta de una mayor presencia de ocupaciones creativas, con independencia de la densidad de oportunidades de consumo cultural

A su vez, nos planteamos algunas hipótesis específicas en relación con las variaciones en la importancia del clima social y cultural respecto a los sectores de las ocupaciones creativas:

- H32. La importancia del clima social y cultural variará según el sector de las ocupaciones creativas que se considere
- H321. La importancia de estos factores será mayor para aquellos grupos de ocupaciones creativas para los que es más evidente el ‘ethos’ que las caracteriza, esto es, el núcleo, y principalmente, el grupo de los bohemios
- H322. La importancia de la orientación de las escenas culturales será mayor para aquellos grupos de ocupaciones creativas para los que es más evidente el ‘ethos’ que las caracteriza, esto es, el núcleo, y principalmente, el grupo de los bohemios, con independencia de la densidad de oportunidades de consumo cultural.

3.3. La localización de las ocupaciones creativas en España: variaciones en la importancia del clima social y las oportunidades de consumo cultural

¿En qué medida los factores que acabamos de mencionar influyen en la localización de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo en España?, ¿hasta qué punto las hipótesis formuladas permiten explicar este fenómeno? Para tratar de dar respuesta a esta pregunta hemos desarrollado modelos de regresión tomando como variable dependiente cada uno de los tres sectores de ocupaciones creativas delimitados más arriba, así como estas en su conjunto, y tomando como escala territorial los sistemas locales de trabajo.

Tal y como hemos indicado anteriormente, la localización de las ocupaciones creativas depende de tres factores: clima empresarial, clima social y clima cultural. Hemos medido estos factores a través de diversos indicadores elaborados a partir del Censo de Población y Vivienda del INE de 2001, que incluiremos como variables explicativas en nuestros análisis.

Para considerar el clima social hemos creado un indicador que trata de captar las dos ideas centrales que se vienen considerando en propuestas y análisis previos: tolerancia y diversidad. En el primer caso se ha tomado el porcentaje de parejas de hecho, parejas del mismo sexo y parejas de diferente nacionalidad sobre el total de parejas existentes en cada sistema local de trabajo. Este indicador mediría la presencia de formas familiares y convivencias diferentes a las más comunes, entendiendo que en aquellos lugares donde se encuentren es porque tienen un mayor grado de aceptación. En concreto, el caso español destaca por ser un país donde el modelo familiar tradicional y los patrones de la religión católica en cuanto a la familia han estado bastante asentados. Es por ello que la tolerancia podría medirse a través de la apertura hacia otros nuevos modelos de familias. Por ejemplo, Florida (2002) para el caso americano, mide la tolerancia a través de un índice bohemio y un índice gay (número de personas homosexuales), tomando así la orientación sexual y su aceptación en el territorio como medición de tolerancia y apertura.

Respecto a la diversidad, se ha medido a través de la presencia de diferentes nacionalidades en el territorio; concretamente calculando un indicador de diversidad étnica a través del indicador de Herfindahl³⁴. Este indicador no distingue entre distintos tipos de diversidad, no informa de cuál predomina, pero señala dónde la composición es más heterogénea – diversas (Echazarra y Morales, 2012). De hecho, hemos constatado que este indicador correlaciona positivamente con el porcentaje de población extranjera que reside en los sistemas locales de trabajo, tanto la total, como diferenciando entre comunitaria y no comunitaria (correlaciones iguales a 0,97, 0,83 y 0,79, respectivamente). Además, este indicador correlaciona positivamente con el anterior referido a tolerancia (correlación igual a 0,91), por lo que utilizaremos la media de los dos como indicador sintético de ‘clima social’.

³⁴Se trata de un índice que informa sobre la concentración, utilizado principalmente desde la economía para medir la concentración de mercados pero llevado posteriormente a otros campos.

En correspondencia con lo apuntado más arriba, para medir el clima cultura en términos de oportunidades de consumo cultural en cada sistema local de trabajo hemos considerado dos indicadores. Por un lado, su densidad, como el número de trabajadores en establecimientos culturales por 1.000 habitantes, como es habitual en otros análisis. En concreto, hemos incluido los códigos de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 1993 (CNAE en adelante), que se corresponden con los que comúnmente se utilizan en el análisis de la localización de las ocupaciones creativas, tal y como proponen Boschman y Fritsch (2009), Clifton (2008) y Hansen (2007), habiendo incluido, además, otros referidos a actividades comerciales (cuero, calzado, ropa, tiendas de segunda mano y antigüedades). Aunque otros estudios no incluyen normalmente estas actividades, tanto la tesis de la clase creativa, como otros estudios sobre la importancia del consumo cultural muestran su importancia (Lloyd, 2006; Zuckin, 1995; Navarro et al., 2012)³⁵. Por otro lado hemos considerado nuestro indicador de escenas culturales, que tal y como se describe en el capítulo primero, las distingue según sus niveles de convencionalismo, esto es, un *continuum* entre escenas comunitarias y escenas innovadoras (ver Capítulo 1). Esto supone conocer el tipo de estilo de vida que fomentan, y no únicamente el volumen de oferta de oportunidades de consumo cultural, tal y como mediría el indicador de densidad común a estudios previos.

Además de estas variables hemos incluido en nuestros análisis tres indicadores que actuarían como variables de control. En primer lugar, una aproximación al clima empresarial en términos de innovación. Para medirlo hemos considerado el porcentaje de trabajadores en sectores económicos que se caracterizan por el desarrollo o uso de tecnología, a partir de la CNAE, tal y como suele hacerse en otros análisis similares (Hansen, 2007; Lorenzen y Andersen, 2007)³⁶. Su inclusión en los análisis permitirá conocer si tanto el clima social como el cultural se asocian a la presencia de ocupaciones creativas con independencia del efecto de atracción que sobre ellas tiene la presencia de este tipo de actividad económica, esto es, la especialización productiva en torno a la innovación. Esto es, si cuentan esos factores además de la atracción que produce las características del propio mercado de trabajo (la demanda de un tipo específico de trabajadores).

³⁵ Puede consultarse en Anexo 3.2 las categorías de actividades económicas utilizadas para conformar el indicador de densidad de oportunidades de consumo cultural.

³⁶ En Anexo 3.3 se puede consultar la tabla con los correspondientes códigos CNAE incluidos para la construcción del indicador que mide la producción en alta tecnología.

En segundo lugar, incluiremos un indicador relativo al capital humano, el porcentaje de población ocupada que tienen estudios universitarios, que suele ser el indicador empleado al respecto. Tal y como venimos señalando, la perspectiva del capital humano indica que este es el factor más relevante para explicar el desarrollo territorial, o incluso, que la perspectiva de las ocupaciones creativas aporta poco al respecto (Glaeser, 2004). Respecto a la pregunta que nos planteamos aquí, esto supondría que la localización de las ocupaciones creativas debería guardar una estrecha relación con el capital humano existente en un territorio, al tratarse, cuando menos, de dos indicadores que darían cuenta de la disposición de ‘talento’ en el mismo. Por tanto, su inclusión en nuestros análisis responde al hecho de controlar su efecto sobre la localización de las ocupaciones creativas; esto es, conocer el efecto del clima social y del clima cultural sobre la localización de las ocupaciones creativas con independencia del efecto del capital humano.

En tercer lugar hemos considerado el tamaño demográfico de los sistemas locales de trabajo pues, tal y como hemos visto anteriormente, suele existir cierta relación entre el volumen y concentración de población y la existencia de oportunidades de consumo cultural, o incluso su orientación, como también respecto a la concentración de ocupaciones creativas (Lorenzen y Andersen, 2007; 2009; Hansen, 2007).

Tal y como puede apreciarse en la Tabla 3.3, la mayoría de los indicadores presentan un amplio margen de dispersión, explicable, en parte, por las pautas de concentración demográfica en España. Por ello, y con el objetivo de garantizar los requerimientos técnicos de los análisis de regresión lineal que realizaremos, utilizaremos la transformación logarítmica de sus respectivos índices de localización³⁷, a excepción de la variable de las escenas culturales que presenta, en su propia elaboración, una distribución normal.

³⁷ El índice de localización mide en qué grado una variable tiene incidencia en un determinado territorio, en este caso sistemas locales de trabajo, con relación a la media nacional. Se utiliza la transformación logarítmica como una transformación no lineal que corrige la asimetría positiva de una variable dirigida a obtener una distribución normal, o al menos carente de sesgo (Hair et al 2009).

Tabla 3.3. La localización de las ocupaciones creativas: variables incluidas en los análisis

Descriptivos

	Variables	Media	Desv. Tip.
Ocupaciones creativas	Total	14,98	4,42
	Núcleo	1,61	1,00
	Bohemios	0,60	0,37
	Profesionales	12,77	3,50
Tamaño poblacional	Población total residente	51.489,57	238.435,81
Capital humano	Ocupados con título universitario sobre el total de población ocupada	0,13	0,05
Clima empresarial	Ocupados en empresas de alta tecnología sobre el total de ocupados	0,02	0,02
Clima social	Indicador sintético: media de los indicadores sobre diversidad y tolerancia	0,94	0,08
Clima cultural I: densidad	Número de instalaciones de consumo cultural por mil habitantes	0,09	0,03
Clima cultural II: orientación escenas	Escenas culturales: comunitarias vs. Innovadoras (puntuación estandarizada)	0,00	1,00

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3.4 se muestran las correlaciones entre las variables que consideramos en el análisis, ya transformadas. Puede apreciarse que los distintos grupos de ocupaciones creativas presentan una pauta de cierta concentración urbana, esto es, tienden a concentrarse en aquellos sistemas locales de trabajo con mayor número de población. Pero esto es más destacable respecto al núcleo creativo (correlación igual a 0,62), que respecto a los bohemios y profesionales creativos (correlaciones iguales a 0,46 y 0,40, respectivamente). También se aprecian diferencias en la asociación entre diferentes grupos de las ocupaciones creativas y el resto de variables, como por ejemplo, que tanto el clima empresarial, como especialmente el capital humano, guardan bastante relación con la presencia de las ocupaciones creativas en general (correlación igual a 0,57 y 0,75 respectivamente), y en particular, con su núcleo (correlación igual a 0,68 y 0,81), pero de menor intensidad con los otros dos grupos ocupacionales. Además también puede apreciarse que existe cierta relación entre clima empresarial y capital humano, lo que cabe relacionar con la especialización productiva que implica el primero (correlación igual 0,57)

Tabla 3. 4. Análisis de correlaciones de las variables incluidas en el análisis

	Clase creativa Total	Núcleo creativo	Bohemio	Prof. creativos	Tamaño	Capital Humano	Clima empresa	Clima social	Clima cultural I: densidad
Núcleo creativo	0,73(**)								
Bohemios	0,68(**)	0,59(**)							
Profesionales creativos	0,98(**)	0,61(**)	,60(**)						
Tamaño poblacional	0,48(**)	0,62(**)	0,46(**)	0,40(**)					
Capital humano	0,75(**)	0,81(**)	0,56(**)	0,67(**)	0,57(**)				
Clima empresarial	0,57(**)	0,68(**)	0,43(**)	0,49(**)	0,44(**)	0,57(**)			
Clima social	0,36(**)	0,27(**)	0,40(**)	0,34(**)	0,16(**)	0,14(**)	0,23(**)		
Clima_cultural I: densidad	0,55(**)	0,33(**)	0,53(**)	0,55(**)	0,27(**)	0,29(**)	0,33(**)	0,49(**)	
Clima_cultural II: escenas	0,36(**)	0,37(**)	0,34(**)	0,32(**)	0,11(**)	0,24(**)	0,33(**)	0,43(**)	0,16(**)

Fuente: Elaboración propia

Esto vendría a mostrar la estrecha relación entre capital humano y ocupaciones creativas, como dos aspectos diferentes del ‘talento’ (Glaeser, 2004; Florida, 2002; Florida et al., 2008), así como la relación entre las últimas y la especialización productiva en torno a la tecnología y la innovación, si se quiere, la perspectiva sectorial y ocupacional en el análisis de la creatividad (Markusen et al., 2008). Esto justificaría, pues, su inclusión en nuestro análisis en la forma de variables de control para establecer con mayor claridad la influencia que el clima social y el clima cultural tienen sobre la localización de las ocupaciones creativas con independencia de esos dos factores; además del tamaño demográfico de los sistemas locales de trabajo.

Con respecto a la relación entre los distintos sectores de ocupaciones creativas y las variables explicativas de nuestros modelos, clima social y cultural, existen correlaciones positivas en todos los casos, aunque son más destacables respecto al sector de los bohemios para el clima social (correlación igual a 0,40), y el núcleo creativo para el indicador de la orientación de las escenas culturales (correlación igual a 0,37). La presencia de estos grupos, núcleo y bohemios, también se relaciona con el indicador de densidad de oportunidades de consumo cultural (0,33 y 0,53 respectivamente), aunque en este caso, la relación es más fuerte con el sector de los profesionales (0,55).

También, cabe destacar la asociación existente entre las propias variables explicativas. Por ejemplo, la relación entre clima social y los dos indicadores de clima cultural (correlación igual a 0,49 con la densidad y 0,43 con escenas culturales), lo que muestra la relación anteriormente comentada entre composición social y oportunidades para desarrollar determinados estilos de vida. Sin embargo, algunas asociaciones son más débiles, como el caso de la densidad de oportunidades de consumo cultural o la orientación de las escenas culturales con el tamaño demográfico de los sistemas locales de trabajo (correlaciones iguales a 0,27 y 0,11, respectivamente) o la asociación entre el indicador de densidad de oportunidades de consumo y el de orientación de la escena cultural (0,16), que daría cuenta de que estamos midiendo dos aspectos diferentes del clima cultural. El primero da cuenta del volumen de oferta de oportunidades de consumo cultural, mientras que el segundo evidencia su carácter, esto es, los estilos de vida, o las prácticas culturales que se pueden desarrollar, la contribución específica de la perspectiva de las escenas culturales.

A continuación, para mostrar evidencias sobre las hipótesis propuestas se presentan los resultados de los modelos de regresión lineal realizados para los 806 sistemas locales de trabajo en España (Tabla 3.5). En concreto, se ha aplicado el mismo modelo para cada grupo de ocupaciones creativas, en total, 4 modelos (total, núcleo, bohemios y profesionales), incluyendo las mismas variables de control y explicativas³⁸.

Tabla 3.5. La localización de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo España (2001)

Modelos de regresión lineal (coeficientes estandarizados)

	Total	Núcleo creativo	Bohemios	Profesionales creativos
Tamaño poblacional	0,02	0,19(**)	0,17(**)	-0,03
Capital humano	0,56(**)	0,53(**)	0,33(**)	0,53(**)
Clima empresarial	0,09(**)	0,25(**)	-0,01	0,04
Clima social	0,06(*)	0,07(*)	0,12(**)	0,05
Clima cultural I: densidad	0,31(**)	-0,01	0,31(**)	0,35(**)
Clima cultural II: escenas	0,11(**)	0,10(**)	0,15(**)	0,10(**)
R²	0,71	0,76	0,51	0,60

*p<0,05; **p<0,01

Fuente: Elaboración propia

³⁸ Los resultados detallados de los análisis de regresión de cada uno de los modelos, junto con los estadísticos de multicolinealidad e independencia de los residuos pueden consultarse en el Anexo 3.4.

Estos análisis muestran que tanto para el total, como para cada uno de los grupos de ocupaciones creativas, el coeficiente de regresión más alto se da para el indicador de capital humano. Por tanto, el talento, medido a través del nivel educativo, da cuenta de la creatividad existente en los sistemas locales de trabajo. Por tanto, parece vislumbrarse que se trata de dos aspectos diferentes de mismo fenómeno, el stock de ‘talento’ existente en el mercado de trabajo, uno en términos de formación académica y otro en términos ocupacionales. No obstante, el impacto del indicador de capital humano parece ser mayor para el caso del núcleo creativo y los profesionales creativos que para los bohemios (coeficientes iguales a 0,53, 0,53 y 0,33, respectivamente). O de otra forma, el capital humano existente en los sistemas locales de trabajo es menos relevante para explicar la localización de aquellos que se centran en el desarrollo de conocimientos simbólico, que en el caso de los que desarrollan conocimiento sintético o analítico, lo que cabe explicar por el nivel de formación académica de las ocupaciones que incluyen estos dos grupos.

Si se atiende al efecto de la otra variable de control, el clima empresarial, puede apreciarse que su efecto es de bastante menor magnitud que el del capital humano para el conjunto de la clase creativa ($\beta=0,09$) siendo únicamente significativo para esta variable dependiente y para el núcleo de las ocupaciones creativas ($\beta=0,25$). En buena medida, esto pudiera explicarse por los requerimientos de conocimiento analítico de las actividades centradas en la tecnología, siendo menos relevantes para éstas el conocimiento sintético (profesionales creativos), y especialmente, el simbólico (bohemios).

Ahora bien, con cierta independencia del efecto del capital humano y el clima empresarial, que muestran las pautas esperables, los análisis apuntan que tanto el clima social como el cultural también se relacionan con la localización de las ocupaciones creativas, aunque de forma diferente según el grupo que se considere. Si atendemos a las ocupaciones creativas en su conjunto puede apreciarse que existe un efecto positivo del indicador de clima social, de la densidad de oportunidades culturales y de su orientación en términos de escenas culturales; destacando en mayor medida el segundo (coeficientes β iguales a 0,06, 0,31 y 0,11, respectivamente). Esto apuntaría a que no se trata sólo de cuantos espacios culturales existen, sino del tipo de prácticas culturales que ofrecen para los integrantes de las ocupaciones creativas.

Sin embargo, cuando analizamos su influencia en la localización de cada uno de los sectores se evidencian algunas diferencias. Por ejemplo, la densidad de oportunidades de consumo cultural no parece tener un efecto significativo para el caso del núcleo de las ocupaciones

creativas, siendo el más relevante el de escenas culturales. Para el grupo de los profesionales la densidad de oportunidades de consumo cultural parece ser más relevante que su orientación en términos de escenas culturales, sin que el clima social parezca influir significativamente en su localización. En cambio, la localización del grupo de los bohemios parece responder a los tres factores, aunque sea algo mayor el impacto de la densidad de oportunidades de consumo cultural.

Por tanto, los resultados parecen mostrar que tanto el clima social como el clima cultural importan para la localización de las ocupaciones creativas, con independencia de factores como el capital humano, la especialización tecnológica o el tamaño demográfico. Respecto al clima cultural es destacable que la orientación de las escenas culturales hacia la innovación parece explicar la localización de las ocupaciones creativas. Sin embargo, no todos los factores influyen de la misma forma en los diferentes grupos de ocupaciones creativas. Para el caso del núcleo creativo destacan, por orden descendente de importancia según los coeficientes, el capital humano, la especialización tecnológica, la orientación de las escenas y el clima social, sin que sea significativo el efecto de la densidad de las oportunidades de consumo cultural. Sin embargo para los profesionales cobra importancia el capital humano y el clima cultural, la densidad de las oportunidades de consumo y la orientación de las escenas, sin que la tecnología o el clima social tengan un papel destacado en el modelo. Por último, para el caso de los bohemios, además del capital humano, son el clima cultural, así como el clima social los factores más relevantes, sin que sea significativa la presencia de actividad económica orientada a la tecnología.

En su conjunto los resultados muestran que con independencia de factores como el capital humano y la especialización tecnológica, o el tamaño demográfico, el clima social y cultural permiten explicar la localización de las ocupaciones creativas, y particularmente, la orientación de las escenas, como factor más novedoso, es significativa en todos los sectores analizados. Sin embargo, no todos afectan por igual a los diferentes grupos de ocupaciones creativas, como ya hemos adelantamos en apartados previos del capítulo, no todas las ocupaciones creativas responderían de la misma forma, y serían atraídas o retenidas por los mismos factores.

3.4. Conclusiones: del clima social a las escenas culturales

Los análisis han venido a mostrar que, con independencia de otros factores destacados en la literatura (capital humano, especialización productiva y tamaño demográfico), el clima

social y cultural parece dar cuenta de las pautas de localización de las ocupaciones creativas entre los sistemas locales de trabajo españoles. Es cierto que las ocupaciones creativas y la presencia de capital humano aparecen como factores estrechamente relacionados, en lo que cabe ver que se trata de dos dimensiones relativas a la presencia de ‘talento’ en los territorios. Del mismo modo cabe comentar los resultados respecto a la relación entre sector y ‘clase’ creativa, tal y como han sido delimitados aquí. Ahora bien, con independencia de estos dos factores, el clima social y cultural parecen contar respecto a la localización de las ocupaciones creativas, tal y como apuntaban nuestra primera hipótesis en este capítulo (H31).

Aún más, los análisis muestran que no se trata únicamente de la existencia de un clima social orientado hacia la diversidad y la tolerancia (H311) o la densidad de oportunidades de consumo cultural (H312), sino que también cuenta el carácter de estas últimas en términos de escenas culturales (H313). Estas no sólo informan del volumen de oportunidades de consumo cultural, sino que especifican qué prácticas culturales pueden desarrollarse, que estilos de vida fomentan. Y nuestros análisis señalan que allí donde se orientan hacia la innovación, existe una mayor presencia de ocupaciones creativas. Esto confirmaría la tesis del ‘relativismo contextual’ que sustenta esta perspectiva, pero también mostraría su valor añadido frente a los otros factores porque especifica el carácter de las localidades como espacio, más allá de su composición social o el volumen de actividades que existen en el mismo.

O de otra forma, estos resultados vendrían a avalar la perspectiva socio-cultural respecto a la localización de las ocupaciones creativas: aunque su presencia dependa de la especialización productiva respecto a la nueva economía de la información y la tecnología, la dimensión social y cultural de los contextos también parecen contar en ello. Y en particular, las orientaciones de las oportunidades de consumo cultural que ofrecen, las prácticas culturales, los estilos de vida que fomentan o permiten desarrollar.

Ahora bien, también es cierto que al analizar los tres grupos de las ocupaciones creativas, clima social y clima cultural parecen influir de forma diferente en su localización. En general, estos aspectos suelen ser más importante para el núcleo de la ‘clase creativa’ o los bohemios que para el grupo de los profesionales creativos (H321). Aún más, estos tres factores parecen actuar simultáneamente respecto al grupo de los bohemios. En cambio, a este respecto, el rasgo distintivo para el núcleo de la ‘clase creativa’ se encuentra en cierta combinación de escenas culturales y clima social, sin que este último cuente en el caso de

los profesionales, donde el factor más relevante es la densidad de oportunidades de consumo cultural (tal y como apuntábamos en nuestras hipótesis).

También es destacable que, aunque con diferente intensidad, la orientación de las escenas culturales aparece como un factor explicativo para los tres grupos de ocupaciones creativas (H322). Esto llama la atención, de nuevo, sobre la importancia de considerar no sólo el volumen o densidad de oportunidades de consumo cultural, sino especialmente del carácter que estas adoptan, los valores e identidades que pueden expresarse en ellas. O más llanamente, implica considerar teóricamente que los territorios, no solo pueden diferenciarse por la especialización de sus actividades productivas o su composición social, sino también por su especialización en la oferta que oportunidades de consumo cultural que ofrecen, o dicho de otra forma, por la orientación de sus escenas culturales.

Capítulo 4. Escenas culturales, ocupaciones creativas y desarrollo territorial

Una vez analizada la localización de las ocupaciones creativas en el territorio español, la siguiente cuestión sería: ¿la presencia de estas ocupaciones se relaciona con el desarrollo económico de las comunidades locales en España? Ésta será la pregunta que trataremos de responder en este capítulo.

Se trata de una cuestión que ya ha sido investigada en otros contextos, y sobre la que existe cierto cúmulo de literatura, pero aquí añadiremos otros dos factores más novedosos ligados a la perspectiva socio-cultural en torno al desarrollo territorial. Concretamente serían las siguientes cuestiones: ¿qué efecto tienen las escenas culturales sobre el desarrollo territorial?, ¿existe un efecto conjunto de contextos y ocupaciones innovadoras (escenas culturales y ocupaciones creativas) sobre el desarrollo territorial?

La primera de estas preguntas, trata de avanzar en ideas y evidencias sobre un nuevo enfoque en el estudio del desarrollo territorial que considera factores de índole social y cultural, y en particular, a través de una nueva perspectiva que se centra en la orientación de las oportunidades de consumo cultural existente en los territorios, en su intención de caracterizarlos como ‘lugares’ y no únicamente como nichos de actividad económica o residencial. La segunda se centra en la importancia de la creatividad, considerando no únicamente a los agentes que la desarrollan, sino también el contexto social en el que lo hacen. Más aún, el hecho de que el espacio, como contexto socio-cultural, puede incentivar, o no la contribución de aquellos que residen y trabajan en ellos.

Con este objetivo, en el primer apartado resumiremos algunos de los argumentos básicos de las tesis principales que proponen explicaciones sobre el desarrollo territorial, prestando especial atención a la perspectiva de las escenas culturales. Partiendo de esa base, en el segundo apartado plantearemos las hipótesis que pretendemos analizar. En el tercero presentaremos la investigación empírica desarrollada, finalizando con un breve apartado de conclusiones

4.1. Tesis sobre el desarrollo territorial: de la especialización productiva a las oportunidades de consumo cultural

El estudio del desarrollo urbano y territorial ha ido destacando diferentes perspectivas que, más que rivales, suponen explicaciones complementarias entre sí. A grandes rasgos, estas tesis han ido girando su centro de atención desde rasgos relativos a factores relacionados con las bases productivas hasta factores que tienen que ver con la composición y dinámica socio-cultural. Básicamente, los enfoques principales serían los siguientes: la especialización productiva, el capital humano, las ocupaciones creativas y el clima social, a lo que cabe añadir el clima cultural, y en particular, la perspectiva de las escenas culturales.

El enfoque de la especialización productiva destaca, principalmente, la transformación y adaptación de la estructura productiva local como factor del desarrollo económico, tanto en su contenido, como en morfología. En el marco de cambio hacia el postfordismo y la nueva economía de la información

La literatura ha ido destacado que la especialización en productos manufacturados o primarios presenta un crecimiento menor o más lento que aquella que se centra en la tecnología y la innovación (Hausman, Hwang y Rodrik, 2007). Pero además, la literatura de la especialización flexible llama la atención sobre la complementariedad entre distintas actividades que se sitúan en un mismo territorio en forma de ‘distritos industriales’, en la medida en que esto facilita la transmisión de información y, por tanto, la capacidad de innovación (Becattini, 1987)

En este marco, se viene destacando el papel que puede jugar el sector creativo y cultural en el desarrollo territorial en cuanto a su contribución a la especialización productiva en torno a la innovación. Por un lado, porque se trata de un sector que implica el desarrollo de procesos y productos innovadores, redundando positivamente en el desarrollo territorial (Scott, 2006; Pratt, 2008; Vorley, o Mould y Smith, 2008). Por otro lado, porque sus sistemas productivos tienden a localizarse adoptando la forma de ‘distritos industriales’ para facilitar los procesos de innovación y de coproducción (Scott, 1999; Becattini, 2004; Lazarretti, Boix y Capone, 2008; Denis-Jacob, 2012).

Por otro lado, las teorías del desarrollo endógeno también llaman la atención no sólo sobre la especialización productiva, sino especialmente sobre la importancia del capital humano. El argumento principal es que comunidades, mercados de trabajo locales, con altos niveles de formación son capaces de generar y absorber conocimientos dando lugar a mayores

niveles de productividad. Por tanto, las empresas que se localizan en espacios donde existe un alto nivel de capital humano mejoran su competitividad, y a la vez, atraen a población que cuenta con ese recurso (Mincer, 1981; Romer, 1994; Moretti, 2003; Glaeser, 1994; Glaeser et al., 2001; Shapiro, 2006).

No obstante, tal y como hemos apuntado en el Capítulo 2, la tesis de las ocupaciones creativas sostendría que no se trata tanto del talento derivado de la formación académica, sino del que se deriva del desempeño de una ocupación que implica el desarrollo y/o aplicación de creatividad (Markusen, 2006; Florida et al., 2008). De esta forma, se trata de diferenciar al capital creativo como otra dimensión del talento, diferente al capital humano. Se tratan por tanto como dos conceptos interrelacionados, de los que venimos poniendo el foco de atención sobre la medición de la creatividad, como un factor que nos da cuenta tanto del desarrollo económico, como del estilo de vida.

No obstante, las evidencias empíricas sobre el efecto de las ocupaciones creativas no son concluyentes. Por un lado, los trabajos de Florida y colaboradores muestran que con cierta independencia de otros factores, la presencia de ocupaciones creativas tiene un efecto en el crecimiento económico (Florida et al., 2008). En esta misma línea, los trabajos de McGrahanan y Wojan (2007) muestran un efecto positivo de la presencia de ocupaciones creativas sobre el desarrollo al comparar entre ‘counties’ en Norteamérica, al igual que el trabajo de Rausch y Negrey (2006) entre las áreas metropolitanas en Estados Unidos, o Marlet y Van Woerkens (2004) entre las 50 ciudades de mayor tamaño en Alemania.

Pero, por otro lado, Boschman y Fristch (2009) analizan la distribución y el efecto económico de las ocupaciones creativas en 7 países europeos, concluyendo que no está clara si la influencia del talento medida a través de la creatividad es mayor que la del capital humano, y además, que sus efectos son bastante diferentes por países. O incluso, Glaeser (2004), muestra que mientras que el capital humano presenta una fuerte relación positiva en el crecimiento entre las áreas metropolitanas norteamericanas, la clase creativa, tal y como es medida por Florida, da cuenta de un efecto negativo. En esta misma línea Child (2004) muestra que la presencia de clase creativa se relaciona negativamente con el crecimiento demográfico, a diferencia del capital humano.

No obstante junto a estos enfoques que se centran en la concentración de relaciones productivas (sector, capital humano o creatividad), otros han llamado la atención sobre el efecto de los factores de índole social y cultural (Rosdil, 2010). Para este enfoque no se

trata de argumentar que existen ciertos factores que atraen a determinados grupos sociales a ciertas comunidades, sino que tales factores de índole socio-cultural tienen una influencia en el desarrollo de la propia comunidad. En este marco cabe referirse, por ejemplo, al enfoque del capital social, desde la formulación de Putnam, que lo define como 'características de una organización social, como la confianza, las normas y las redes, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad por facilitar acciones coordinadas' (Putnam, 1993: 167). De hecho, existen bastantes evidencias sobre el efecto del capital social, en la forma de actitudes cívicas o asociacionismo, sobre el desarrollo económico, tanto a nivel nacional, como regional (Putnam, 1993; Helliwell y Putnam, 2000; Lyon, 2005; Sabatini, 2005; De Blasio y Nuzzo, 2006; Beugelsdijk y Schaik, 2004).

En buena medida, la literatura del capital social pone el foco en la existencia de una red de relaciones personales que no se basen en relaciones económicas, cuya función principal sea disponer de una circulación de información y confianza, que facilitarían el intercambio mediante las relaciones sociales, para finalmente, ser los instrumentos que influyen en el desarrollo económico de una localidad. Por tanto, el capital social supondría un recurso que reduce los costes de la acción conjunta al favorecer el intercambio de información y la circulación de nuevos conocimientos, lo que ocurre especialmente en los distritos industriales en los que se establecen relaciones de co-producción; tal y como señala Trigilia (2001). O de otra forma, que en el desarrollo territorial cuentan tanto las relaciones productivas, como las relaciones sociales y de sociabilidad, el contacto cara-a-cara que favorece que esas se sitúen en un mismo espacio territorial al generar un ambiente específico -o *buzz* (Storper y Venables, 2004).

En esta línea cabe destacar la importancia concedida al 'clima social', en términos de tolerancia y diversidad como factor de desarrollo territorial; si se quiere, entendido como cierta forma de capital social conectivo o puente (*bridging social capital*)³⁹. Estos es, al considerar que esos rasgos dan cuenta de actitudes cooperativas que favorecen el intercambio de conocimientos, o más en general, la apertura hacia otros nuevos. Por ejemplo, la diversidad cultural puede desembocar en una diversidad en las habilidades productivas y conocimientos, en definitiva, en actitudes que pueden mejorar la productividad económica. Un ejemplo concreto sería el estudio de Ottaviano y Peri (2005),

³⁹ Putnam (2000) diferencia entre dos tipos de capital social, (*bonding capital* y *bridging capital*) el primero sería el exclusivo o vínculo, que se refuerza en grupos homogéneos a partir de identidades excluyentes, y el segundo, inclusivo o puente, entre grupos heterogéneos, que nutre las relaciones, reforzando los lazos sociales por encima de cualquier barrera.

que muestran cómo los salarios y la densidad en el empleo de los trabajadores nacidos en Estados Unidos son superiores en lugares con mayor diversidad lingüística. Del mismo modo, la tolerancia, reflejada por la presencia de parejas del mismo sexo, parejas de hecho o de diferentes nacionalidades, rasgos que en definitiva muestran formas de vida no convencionales se relaciona con la puesta en marcha de diferentes estrategias de desarrollo local (Rosdil, 2010). Ahora bien, además del clima social, la literatura viene destacando la importancia del ‘clima cultural’, y más concretamente, el conjunto de oportunidades de consumo cultural existente en las localidades. Básicamente, esta perspectiva sostendría que en el marco de la transformación de las ciudades y los territorios desde espacios productivos a espacios de consumo, las ciudades pueden contar con un ‘amenities premium’ ligado a la oferta de oportunidades de consumo cultural (Glaeser et al., 2001). Esto es, que las ciudades que ofrezcan una serie de equipamientos, bienes y servicios serían más atractivas, atrayendo población y actividades creativas. De la misma manera, el consumo cultural se convierte por tanto, en buen conductor del desarrollo territorial, ya que en la era actual, las oportunidades de consumo cultural serían un elemento a tener en cuenta para explicar el crecimiento de las ciudades (Clark et al., 2002). Roback (1982), Colwell y Deliring (2002), Clark (2003) y Shapiro (2006), son algunos otros de los análisis que también apuntan hacia la importancia de las amenities y el consumo cultural para el desarrollo urbano.

En este marco cabe situar la perspectiva de las escenas culturales. Para esta perspectiva, no se trata únicamente de la existencia de un ‘amenities premium’ ligado al volumen de oportunidades de consumo cultural, sino de su tipo; o de otra forma, de la especialización de las comunidades con respecto a la oferta de determinadas prácticas culturales que dan cuenta de la posibilidad de desarrollar determinados estilos de vida. Al igual que diferentes tipos de escenas pueden dar lugar a la atracción de diferentes grupos sociales, pueden tener un impacto diferente en el desarrollo territorial ya que se potencian determinadas pautas de interacción social, incentivando, o inhibiendo, la recepción y transmisión de nuevos conocimientos. Cabría hablar, pues, de un ‘cultural scenes premium’ al considerar no sólo el volumen de oportunidades de consumo cultural, sino su orientación más o menos innovadora, y por tanto, potencialmente beneficiosa para el desarrollo territorial (Navarro et al, 2012; Silver et al. 2010). En parte este ‘premium’ vendría explicado por el papel de las escenas como infraestructura que posibilita la generación de un ambiente (*buzz*) en el que se entrecruzan relaciones productivas y de sociabilidad, entre los agentes innovadores que comparten un mismo estilo de vida y, por tanto, desarrollan prácticas culturales similares en

los mismos sitios favoreciendo el intercambio de información en ellos (Storper y Venable, 2004; Currid y Williams, 2010; Silver y Clark, 2013).

4.2. Creatividad y desarrollo territorial en España: algunas hipótesis sobre el efecto conjunto de ocupaciones creativas y escenas innovadoras

De la literatura revisada cabría establecer algunas hipótesis sobre el efecto de las ocupaciones creativas y las escenas culturales sobre el desarrollo territorial en España, objetivo de nuestro trabajo. En concreto, desde la perspectiva de las ocupaciones creativas cabe esperar que su presencia, con cierta independencia de otros factores (como la especialización productiva o el capital humano), tenga un efecto positivo sobre el desarrollo territorial. Del mismo modo, cabe esperar que tal y como sostendría la perspectiva de las escenas culturales, cuando éstas se orientan hacia una oferta de oportunidades de consumo cultural que fomentan estilos de vida no convencionales se produzca un mayor nivel de desarrollo territorial.

Ahora bien, a estas dos hipótesis generales planteadas en la literatura cabría añadir una tercera relacionada con el efecto conjunto de esos dos factores, a saber: el efecto de la presencia de las ocupaciones creativas se verá incentivado en aquellas localidades que cuentan con escenas culturales de índole innovador. Los ‘trabajadores creativos’ son los que principalmente buscan o se sienten atraídos por lugares que fomenten un estilo de vida en el que los valores más transgresores, la apertura y la tolerancia a nuevas ideas o situaciones sean parte del ‘paisaje’. Esto es lo que nos lleva a valorar el efecto conjunto de ambos factores, es decir, la influencia de la escena en el desarrollo económico a través de la presencia o no de ocupaciones creativas. Es decir, para que se produzca una situación de crecimiento económico, deberán darse espacios donde se conjuguen ambos aspectos, lugares con el ‘ethos’ de la creatividad, innovadores, transgresores, que ofrezcan a las personas un entorno adecuado para desarrollar su estilo de vida, que fomentan conocimientos innovadores relacionados en definitiva con un aumento del desarrollo económico.

En buena medida, la idea de las escenas culturales llama la atención sobre la ubicuidad, el carácter contextual de las relaciones productivas y las relaciones sociales, en la medida en que los agentes que producen innovación se ‘encuentran’ en los mismos lugares porque

comparten estilos de vida similares, esto es, tienden a desarrollar sus prácticas culturales en las mismas escenas culturales, fomentando así el intercambio entre ellos. Si se quiere, las escenas culturales suponen el ‘lugar’ en el que se intercambia información y se fragua la cooperación entre los actores innovadores. De aquí cabría derivar la posibilidad de un efecto refuerzo entre la presencia de ocupaciones creativas y escenas innovadoras, o más concretamente, que el efecto de los agentes innovadores se vea reforzado por contextos culturalmente innovadores porque este facilita el desarrollo de relaciones de intercambio y cooperación. Si se quiere, las escenas culturales constituyen el espacio que favorece el intercambio entre los agentes innovadores, potenciando sus efectos sobre el desarrollo territorial, pero ya no por sus relaciones productivas, sino en virtud de sus preferencias por distintas prácticas culturales. O más imlemente, las escenas son espacios para generar el ambiente (*бузга*) favorable a la innovación, contextualizan su efecto porque facilitan el contacto entre los agentes innovadores.

Ahora bien, tal y como venimos argumentando, en el seno de las ocupaciones creativas cabe distinguir al menos tres grupos según el tipo de conocimiento que generan o usan (analítico, simbólico y sintético), así como sus estilos de vida (más o menos transgresores). Frente a los profesionales, el núcleo creativo y los bohemios se caracterizan por crear nuevo conocimiento, no sólo usarlo, y además por el desarrollo de estilos de vida más transgresores, en especial, los segundos, que posteriormente se extiende a los otros sectores de las ocupaciones creativas. Por tanto, cabe esperar efectos específicos de cada sector sobre el desarrollo territorial, así como la existencia del efecto refuerzo respecto a las escenas culturales.

Esto supone que cada una de las hipótesis planteadas anteriormente se especificará para cada uno de los grupos de las ocupaciones creativas. Por un lado, cabe esperar que el efecto sobre el desarrollo territorial sea mayor cuando están presentes ocupaciones que usan, pero sobre todo, generan conocimiento, como son el núcleo creativo y los bohemios, que aquellos que, fundamentalmente, lo usan, como es el caso del grupo de los profesionales creativos. Por otro lado, cabe esperar que el ‘efecto refuerzo’ de las escenas innovadoras se dé entre aquellos que tienen estilos de vida más innovadores, núcleo creativo y bohemios, y en especial, los segundos porque destacan por su transgresión, pero también porque en ellos es más clara la interconexión entre los espacios de trabajo y sociabilidad (Scott, 1999; Lloyd, 2004).

En resumen, las hipótesis que trataremos de analizar para el caso de España son las siguientes:

- H1. La presencia de ocupaciones creativas tiene un efecto positivo sobre el desarrollo territorial con independencia de otros factores (especialmente, la especialización productiva y el capital humano).
- H11. El efecto de las ocupaciones creativas será mayor entre aquellos grupos que suponen un mayor grado de innovación porque producen nuevo conocimiento (analítico o simbólico), esto es, núcleo creativo y bohemios.
- H2. Escenas culturales orientadas hacia la innovación tienen un efecto positivo sobre el desarrollo territorial con independencia de otros factores (especialización productiva, capital humano y ocupaciones creativas).
- H3. El impacto de las ocupaciones creativas sobre el desarrollo territorial es mayor donde existen escenas culturales orientadas a la innovación.
- H31. El efecto conjunto de ocupaciones creativas y escenas culturales innovadoras será mayor entre aquellos grupos que suponen un mayor grado de innovación porque producen nuevo conocimiento (analítico o simbólico).

4.3. Desarrollo territorial en España: el papel de las ocupaciones creativas y las escenas culturales

Al igual que en los capítulos anteriores, para analizar las hipótesis presentadas utilizaremos los datos disponibles a nivel municipal del Censo de Población de 2001 agregados para los 806 sistemas locales de trabajo (ver Capítulos 1 y 3). Para medir nuestra variable dependiente, el desarrollo económico de estos territorios, se ha utilizado como medida la renta media por habitante, como ya hicieron, por ejemplo, Florida (2002) y Florida et al., (2008). En nuestro caso, se ha medido a través de la información que aporta el Informe Socioeconómico de La Caixa (La Caixa, 2002), esto es, una variable en un intervalo de diez

tramos de renta, transformada posteriormente en escala logarítmica⁴⁰. En primer lugar presentaremos un análisis descriptivo de este indicador, para posteriormente, y mediante regresiones lineales comprobar los efectos planteados (especialización productiva, capital humano, clima social y clima cultural), esto es, si la renta media de los sistemas locales de trabajo varía en función de esos aspectos.

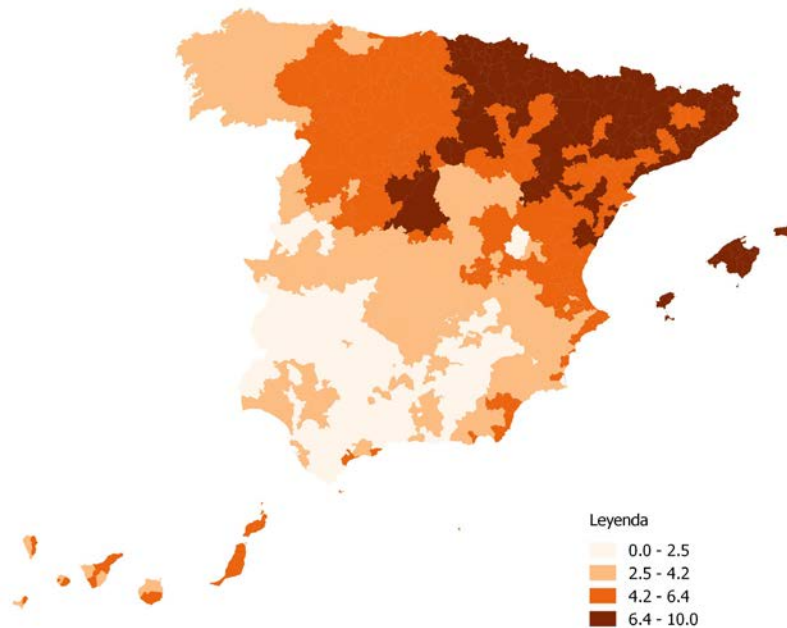
Es cierto que la renta media por habitante pudiera ser una variable limitada para medir el desarrollo territorial. Por un lado, porque reduce ese concepto a una sola dimensión, la renta, pudiéndose incluir otros aspectos relacionados con la calidad de vida (PNUD, 2013). No obstante, tales aspectos son, en buena medida, parte de nuestras variables explicativas. Por otro lado, utilizamos una medida para un momento del tiempo, por lo que analizaremos, más que el desarrollo territorial en términos de cambio, su desigualdad territorial. Por tanto, nuestra indagación se centra en el análisis de las desigualdades de desarrollo territorial en términos de renta, entendiendo que ésta es un *output* válido para analizar el impacto de la creatividad, sea en términos de ocupaciones o escenas culturales.

En la Figura 4.1 hemos representado los niveles de renta de los sistemas locales de trabajo en 2002, los colores claros serán los niveles económicos más bajos, y los colores más oscuros los más altos. Puede apreciarse, en primer lugar, que se corresponde con lo sabido sobre las desigualdades de desarrollo territorial en España (puede consultarse, por ejemplo, CES, 2013). Pero también, que su distribución territorial guarda cierta correspondencia con la de las ocupaciones creativas (ver Figura 3.1) y de las escenas culturales (ver Figura 1.1.). Pero, ¿hasta qué punto se da esa relación cuando se consideran otros posibles factores explicativos?

⁴⁰ La Caixa ofrece un indicador basado en la renta per cápita en un intervalo de 10 tramos para los municipios de más de 1000 habitantes, por lo que se ha imputado la media a aquellos municipios sin información. Se realiza por tanto una agregación de estos datos municipales a nivel de sistema local de trabajo, calculando la media de todos los municipios que integran un SLT.

Figura 4.1. Niveles económicos en los sistemas locales de trabajo (2001)

Niveles de renta menores <-> Niveles de renta mayores



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de La Caixa (2002)

4.3.1. La importancia de los factores sociales y culturales: una primera aproximación

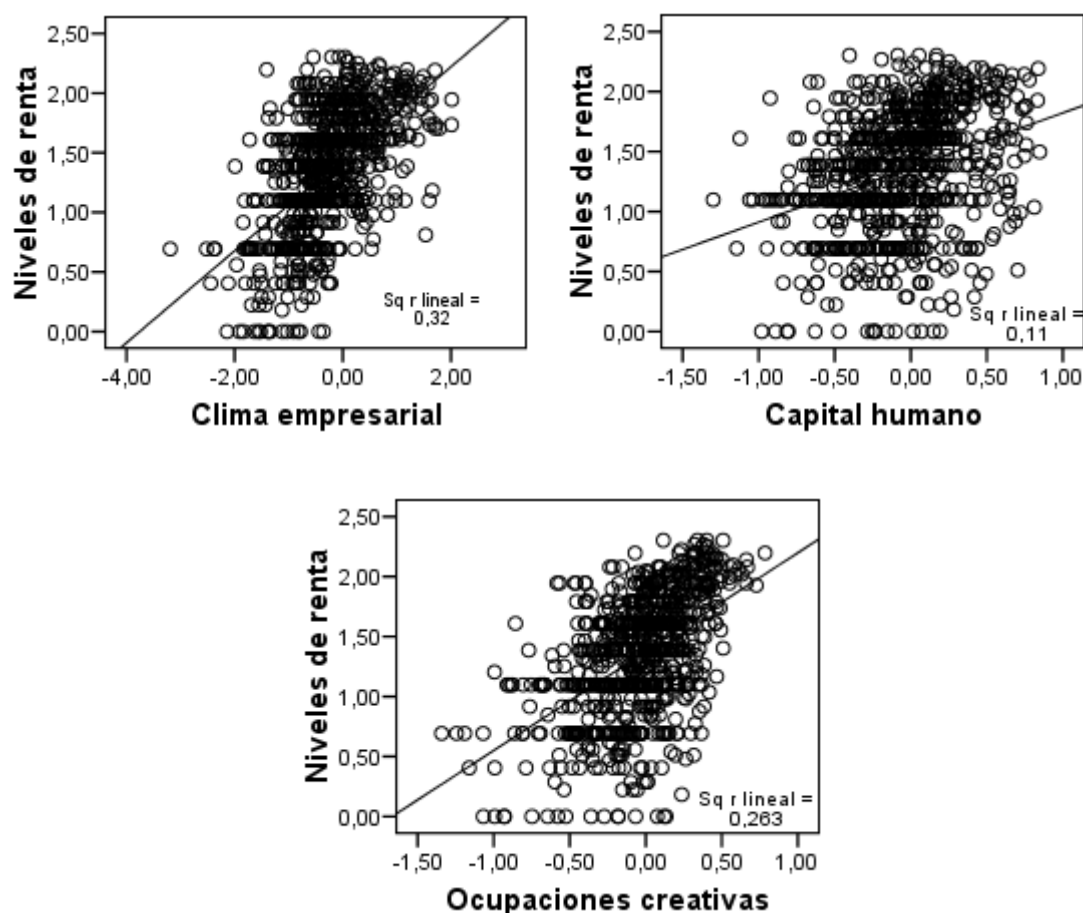
¿Existe relación entre la renta municipal y los principales enfoques que, tal y como hemos expuesto más arriba, pueden explicarlo? Las Figuras 4.2, 4.3 y 4.4 muestran, mediante gráficos de dispersión, la relación entre las variables que operacionalizan cada uno de los enfoques explicativos revisados anteriormente y la renta media en los sistemas locales de trabajo haciendo uso de los indicadores elaborados previamente (ver Capítulos 1 y 3). Parece que, a grandes rasgos, las perspectivas planteadas (especialización productiva, capital humano, ocupaciones creativas y escenas culturales) se relacionan con los niveles de renta de los sistemas locales de trabajo.

En primer lugar, puede apreciarse que todas las variables guardan una relación positiva con la renta, pero que entre ellas destaca la especialización productiva ($r=0,32$). De los dos

indicadores que dan cuenta del ‘talento’ existente en los sistemas locales de trabajo, parece existir una relación más estrecha con la renta cuando se trata de las ocupaciones creativas que de capital humano (r iguales a 0,26 y 0,11 respectivamente).

Figura 4.2. La relación del nivel de renta con los ‘distritos industriales’ y el talento en los sistemas locales de trabajo

Gráficos de dispersión

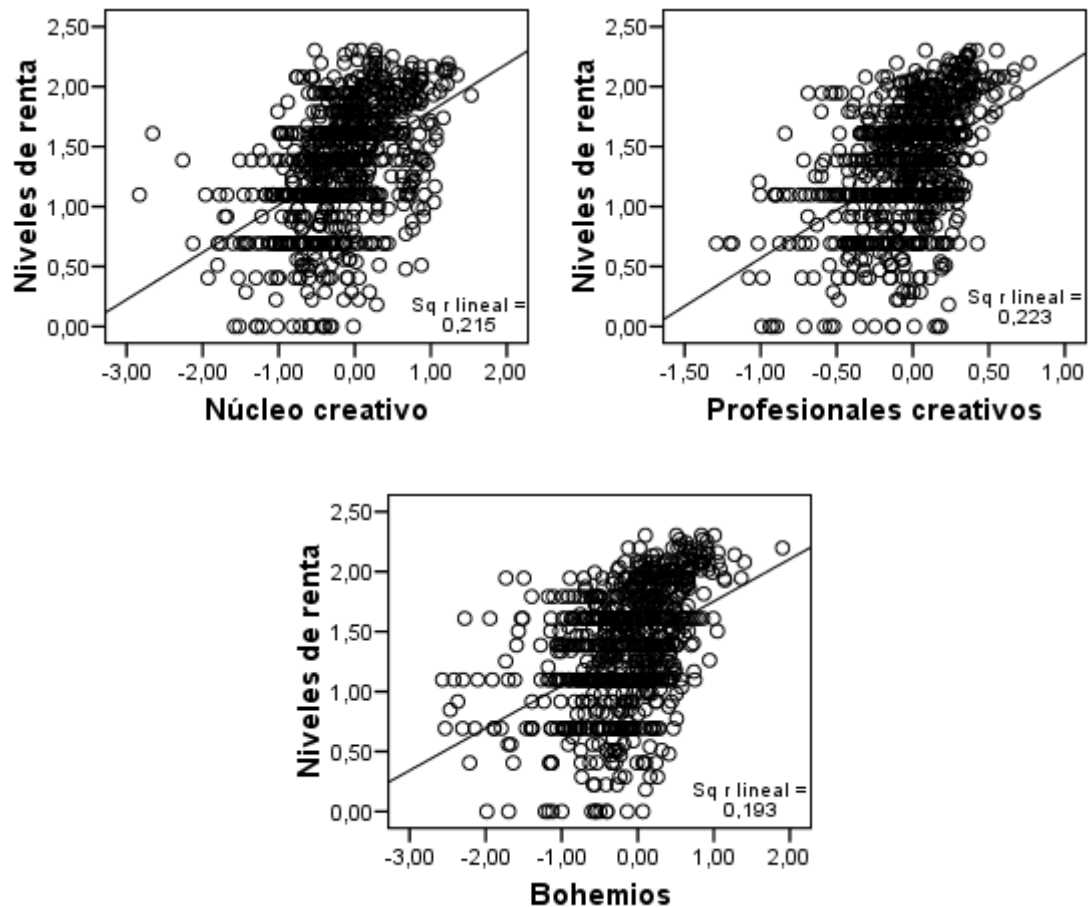


Fuente: Elaboración propia

Si se distingue entre los tres grupos de ocupaciones creativas no parecen existir grandes diferencias, aunque los coeficientes sean algo mayores para aquellas que constituyen el núcleo y las profesiones creativas que respecto a los bohemios (r iguales a 0,21, 0,22 y 0,19, respectivamente). Esto implicaría que, con cierta independencia del tipo de creatividad que desarrolla cada grupo, del tipo de conocimiento que desarrollan (analítico, sintético o simbólico) parece existir una relación positiva con la renta.

Figura 4.3. La relación del nivel de renta con los sectores de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo

Gráficos de dispersión

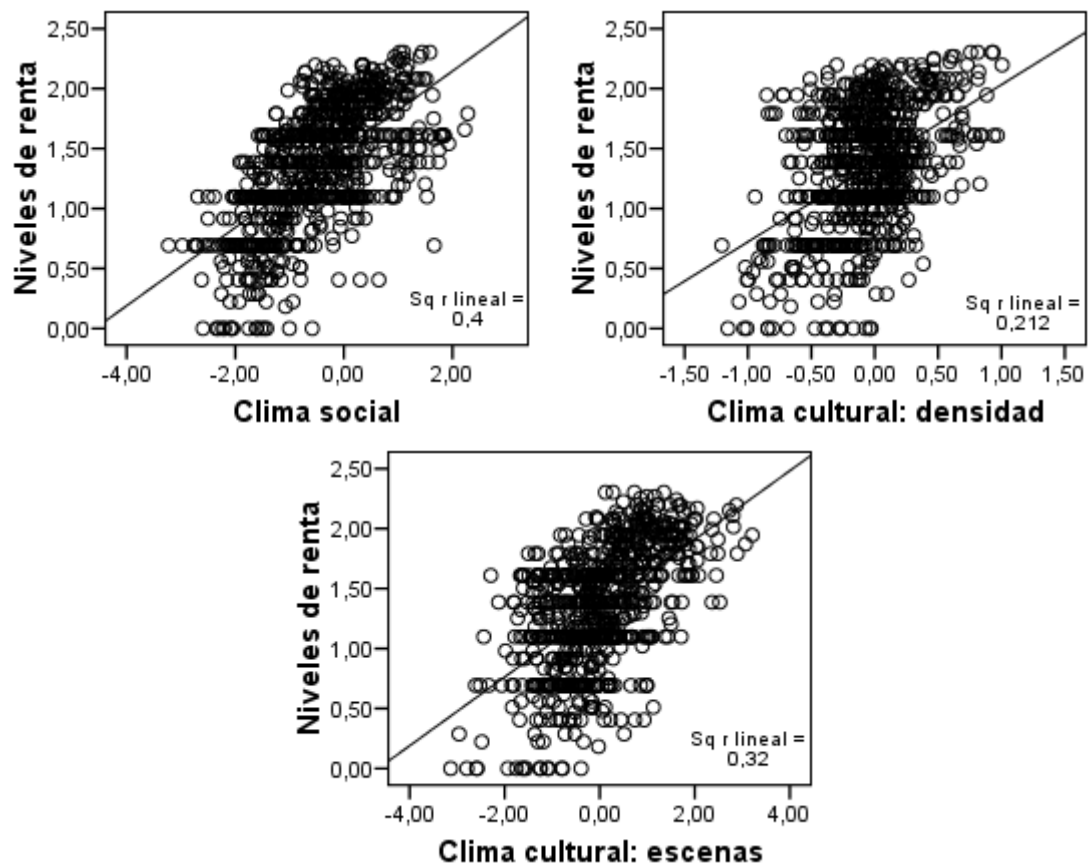


Fuente: Elaboración propia

Pero la distribución territorial de la renta también parece relacionarse con el clima social y el clima cultural existente en los sistemas locales de trabajo, tal y como argumentan las nuevas perspectivas ‘socio-culturales’ del desarrollo territorial. No obstante, la Figura 4.4 y mostraría que la relación es más relevante respecto al primero de estos dos factores ($r\ 0,40$); y además, que no parecen existir grandes diferencias cuando se considera los dos indicadores de clima cultural, la densidad o la orientación de las oportunidades de consumo cultural en términos de escenas culturales (r iguales a 0,21 y 0,32 respectivamente).

Figura 4.4. La relación del nivel de renta con la perspectiva socio-cultural en los sistemas locales de trabajo

Gráficos de dispersión



Fuente: Elaboración propia

4.3.2. El papel de la innovación: ocupaciones creativas y escenas culturales innovadoras

Pero, ¿tales relaciones existen cuando consideramos las variables en su conjunto?, o de otra forma, ¿ocupaciones creativas y escenas culturales dan cuenta de la renta con independencia de los otros factores considerados? Para responder a esta pregunta hemos aplicado modelos de regresión lineales tomando como variable dependiente la renta e incluyendo las mismas variables utilizadas en los modelos de análisis sobre la localización de la clase creativa del capítulo anterior, además de la presencia de clase creativa. Estas, junto al indicador de escenas culturales serán nuestras variables independientes, relacionadas con nuestras hipótesis sobre su efecto sobre la renta, actuando el resto como variables de control. Además, hemos replicado los modelos incluyendo el efecto interactivo

entre la presencia de clase creativa y la escenas culturales para trata de dar respuestas a nuestra hipótesis del efecto refuerzo de las segundas sobre las primeras a la hora de explicar las desigualdades de renta entre los sistemas locales de trabajo. Así pues, hemos realizado 8 modelos, cuatro con efecto principales (uno para cada sector de ocupaciones creativas más todos conjuntamente), y otros cuatro incluyendo el efecto interactivo señalado. Los resultados se muestran en la Tabla 4.1 (más detallados en el Anexo 4.1).

Como era de esperar, tanto el capital humano como, en particular, la especialización productiva, explican las diferencias de renta entre los sistemas locales de trabajo, pero también lo hacen la presencia de ocupaciones creativas, así como el clima social y cultural. Esto implicaría que, a niveles similares de especialización productiva y de capital humano, aquellas localidades caracterizadas por un ambiente más innovador, en cuanto a las ocupaciones que desempeñan sus trabajadores y trabajadoras, un clima social más tolerante y abierto, así como oportunidades de consumo cultural más amplias e innovadoras, presentan mayores niveles de renta. O de otra forma, la innovación parece explicar las desigualdades en la distribución territorial de la renta, pero no sólo su dimensión económica, sino también la socio-cultural.

Tabla 4.1. Los efectos de las ocupaciones creativas y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo

Coefficientes beta estandarizados

Renta								
Variables	Efectos principales				Efectos interactivos			
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 1.1	Modelo 2.1	Modelo3.1	Modelo 4.1
Tamaño poblacional	-0,28(**)	-0,30(**)	-0,27(**)	-0,28(**)	-0,27(**)	-0,30(**)	-0,27(**)	-0,28(**)
C_humano	0,03	0,04	0,06	0,08	0,03	0,04	0,06	0,08
C.empresarial	0,41(**)	0,39(**)	0,41(**)	0,42(**)	0,40(**)	0,38(**)	0,41(**)	0,42(**)
C_social	0,39(**)	0,39(**)	0,39(**)	0,39(**)	0,39(**)	0,39(**)	0,39(**)	0,39(**)
C_cultural I: Densidad	0,09(**)	0,13(**)	0,10(**)	0,12(**)	0,09(**)	0,14(**)	0,10(**)	0,12(**)
C_cultural II: Escenas	0,23(**)	0,23(**)	0,24(**)	0,23(**)	0,24(**)	0,25(**)	0,24(**)	0,25(**)
C_creativa total	0,12(**)				0,13(**)			
Núcleo Creativo		0,12(*)				0,13(**)		
Profesionales Creativos			0,07(*)				0,08(*)	
Bohemios				0,05				0,05
Escenas*C.creativa (total)					0,03			
Escenas*núcleo creativo						0,05(*)		
Escenas*profesionales creativos							0,02	
Escenas*bohemi os								0,06(*)
R ²	0,69	0,69	0,69	0,69	0,70	0,70	0,69	0,69

*p<0.05: **p<0,01

Nota. C.humano=capital humano; C.empresarial= clima empresarial; C.social= clima social; C.cultural= clima cultural; C.creativa= clase creativa

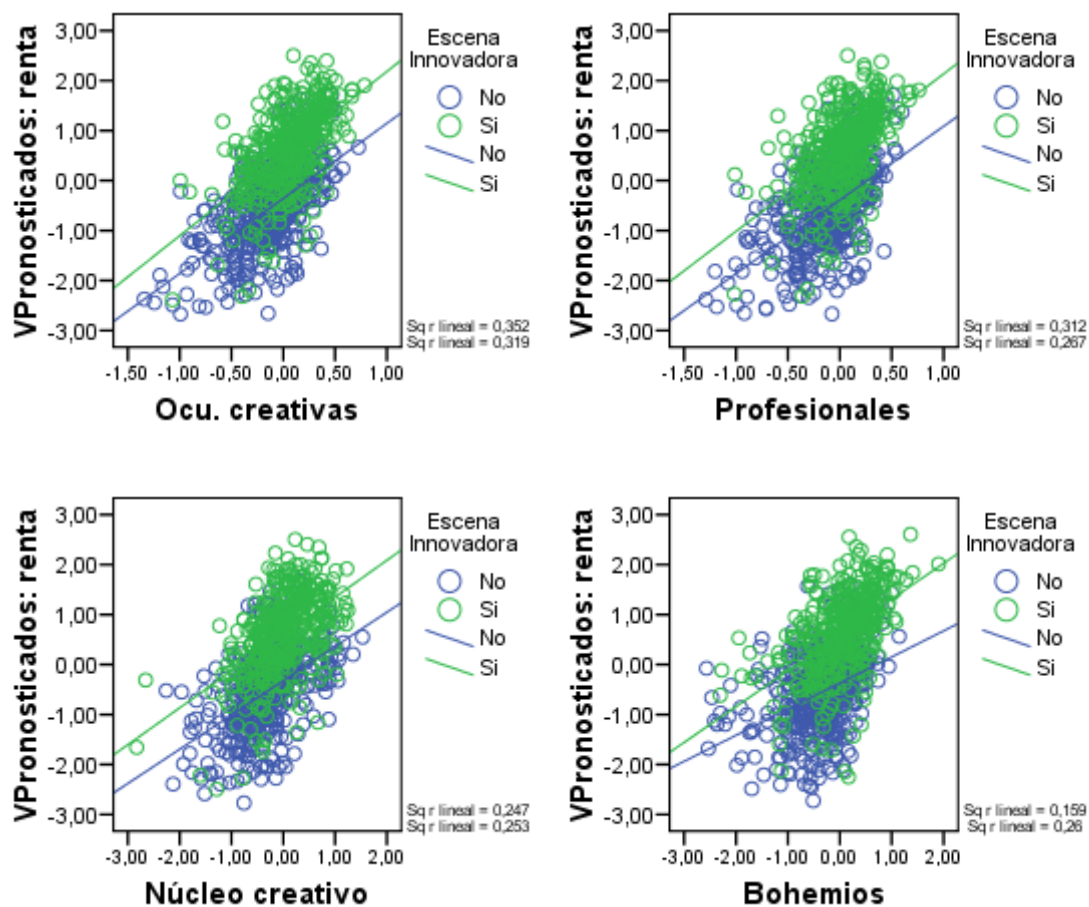
Más concretamente, estos resultados vendría a confirmar dos de nuestras primeras hipótesis (H1 y H2) referidas a la innovación ocupacional y cultural; a saber: la creatividad, como un rasgo diferente del talento que supone el capital humano, se relaciona con la existencia de mayores niveles de renta, pero éstos también se dan donde existe espacios más propicio para al desarrollo de las prácticas culturales y estilos de vida más innovadores. Ahora bien, con una salvedad: el grupo de los bohemios. En este caso, su presencia no parece guardar relación con los niveles de renta (coeficiente no significativo, modelo 4), lo que pudiera contradecir resultados previos sobre el impacto de este grupo específico sobre el desarrollo urbano (Lloyd, 2004, 2006; Silver y Miller, 2012; Markunsen, 2006)

Esto vendría a confirmar nuestras dos hipótesis generales, pero sólo en parte la de carácter específico sobre los sectores creativos, pues sólo se produce un mayor nivel de renta cuando están presentes trabajadores del núcleo creativo, no en el caso de los bohemios. Ahora bien, respecto a la tercera hipótesis planteada, ¿muestran los análisis un efecto refuerzo entre creatividad económica y cultural? Los efectos interactivos entre ocupaciones creativas y escenas culturales parecen avalar una respuesta afirmativa a esta pregunta, pero con ciertas especificaciones. La presencia de ocupaciones creativas en general no ve incentivado su efecto en el marco de escenas culturales innovadoras (modelo 1.1), sino que ello sucede cuando se trata del núcleo creativo y los bohemios (modelos 2.1 y 4.1). O de otra forma, el efecto no se produce en el caso de los profesionales (modelo 3.1), el grupo mayoritario de las ocupaciones creativas. Aún más, es destacable que aunque la presencia de bohemios no parece influir significativamente en los niveles de renta de los sistemas locales de trabajo (efecto principal en modelo 4), si se evidencia cuando se da en el marco de escenas culturales de carácter innovador (efecto interactivo en modelo 4.1). O de otra forma, tal efecto refuerzo se produce entre aquellas ocupaciones que se centran en el desarrollo de conocimiento analítico o simbólico, pero no en aquellas que lo hacen sobre el de carácter sintético.

Lo anterior puede apreciarse en la Figura 4.5, donde hemos representado gráficamente los modelos para los efectos conjuntos. Puede apreciarse, por un lado, la relación entre presencia de ocupaciones creativas y renta, pero también que la tendencia cambia según el carácter de las escenas culturales⁴¹. Por otro lado, que ese cambio de tendencia es bastante menor para el caso de los profesionales creativos, a diferencia, sobre todo, de los bohemios.

⁴¹ Se han diferenciado escenas comunitarias e innovadoras a partir de la media de la distribución de esta variable.

Figura 4.5. El efecto conjunto de ocupaciones creativas y escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo



Fuente: Elaboración propia

En ello debe considerarse, al menos, dos cuestiones. Por un lado, pueden existir diferencias en los estilos de vida, las prácticas culturales que desarrollan estos tres grupos. Según la literatura, sería el núcleo creativo, y especialmente el grupo de los bohemios, los que encarnarían en mayor medida el ‘ethos’ de la clase creativa, pero sobre todo, estos últimos, en cuanto a sus elementos de transgresión e innovación que posteriormente se extiende a los otros grupos. Por otro lado, es entre estos dos grupos donde existe una mayor imbricación entre ámbitos productivos y de sociabilidad, y de nuevo, especialmente entre el grupo de los bohemios, entre los que espacio de trabajo y sociabilidad suelen yuxtaponerse. Es para estos dos grupos, y no para los profesionales, donde las escenas culturales aparecen como espacios en los que se genera el *buzz* innovador que redundará en el desarrollo territorial.

4.4. Conclusiones

Los resultados de los análisis desarrollados muestran que la innovación, sea en el ámbito productivo, en la forma de ocupaciones creativas, sea en el ámbito del consumo cultural, en términos de escenas culturales, son factores que se relacionan con el desarrollo territorial, o cuando menos, explican las diferencias de renta entre los sistemas locales de trabajo españoles con independencia de otros factores clásicos en la literatura (concentración de población, especialización productiva y capital humano). Esto avalaría las dos primeras hipótesis generales propuestas.

No obstante, lo anterior no significa que los otros factores clásicos no tengan importancia, tal y como ponen de manifiesto otros análisis. Lo destacable es que los resultados apuntan a que, además de estos, deben considerarse en los análisis las ocupaciones creativas, como dimensión ocupacional del talento, y las escenas culturales, como especialización en la oferta de oportunidades de consumo cultural. La especialización productiva y el capital humano son factores esenciales del desarrollo territorial, pero la innovación, ocupacional y cultural, también parecen ser factores a tener en cuenta. Aún más, la segunda, tratada aquí en términos de escenas culturales, avala la necesidad de ir desarrollando una perspectiva socio-cultural del desarrollo territorial, no sólo en razón de su composición social, sino en términos de los estilos de vida que cada comunidad local fomenta.

Aún más, pareciera que la innovación económica y cultural se refuerzan. Ahora bien, el efecto conjunto de esos dos factores, sólo se evidencia cuando se trata de ocupaciones ‘netamente’ creativas. Así, aunque el efecto no parece evidenciarse para el conjunto de las ocupaciones creativas, y su grupo mayoritario (los profesionales), sí lo hace cuando se trata del núcleo creativo y los bohemios.

En general, los análisis muestran la existencia de ‘cultural scenes premium’, no sólo por su tesis de ‘relativismo contextual’ respecto a la atracción de estos grupos, sino también por sus potenciales efectos sobre el desarrollo territorial, al menos en la forma de desigualdades de renta, que es como ha sido posible analizarlo en este caso. Por una parte, los análisis muestran la existencia de un efecto directo: las escenas más innovadoras, una vez descontado el efecto de otras variables explicativas, se relacionan con mayores niveles de renta. Pero, por otro lado, también muestra la existencia de un efecto ‘indirecto’: las escenas culturales innovadoras incentivan el efecto de la presencia de agentes innovadores, al menos, en la forma de ocupaciones creativas que hemos considerado aquí. Aún más, este

efecto indirecto sólo se produce cuando se trata de aquellos grupos que no sólo usan, sino sobre todo, crean nuevos conocimientos y generan nuevas preguntas.

Más en general, los resultados avalan la necesidad de ir incorporando una perspectiva ‘socio-cultural’ al estudio del desarrollo territorial que complemente los enfoques centrados en la concentración y/o formas de las relaciones productivas (sector, capital humano o creatividad). Los territorios no son sólo ‘espacios productivos’, sino también lugares marcados por determinadas dinámicas sociales y culturales que dan cuenta de diferentes estilos de vida que también influyen en su desarrollo, sea porque influyen directamente en ello, sea porque pueden modular los efectos de los factores ligados a la base productiva de los territorios.

Conclusiones

La contribución de las escenas culturales y sus límites

El propósito principal de esta tesis ha sido aplicar el enfoque de las escenas culturales en el caso español, y así, presentar y validar esta propuesta analítica y su aplicación empírica para estudiar la dimensión cultural del territorio. De forma más concreta, con este fin hemos aplicado esta perspectiva al estudio del desarrollo territorial, presentado sus diferencias analíticas respecto a otras explicaciones del fenómeno, así como su contribución empírica al análisis del mismo en el caso español. Los resultados han mostrado que, en términos generales, la perspectiva de las escenas culturales permite, por un lado, conocer el carácter cultural de los territorios, y por otro lado, la distinción entre escenas comunitarias e innovadoras contribuyendo a explicar las desigualdades de renta existente entre ellas en España, con independencia de otros factores explicativos.

La idea de partida ha sido tratar el territorio, en diferentes escalas (sistemas locales de trabajo, las ciudades o los barrios) como ‘paisajes culturales’, como espacios donde se sitúan y desarrollan diversos estilos de vida que se manifiestan en términos de prácticas culturales, lo que los dota de significado respecto a los procesos de interacción social que en ellos tienen lugar.

Obviamente, tal y como hemos venido reiterando, el enfoque de las escenas culturales no es la única ‘mirada’ que la literatura contemporánea realiza para estudiar la relación entre cultura y territorio. Otros autores, como Scott (2004) o Santagata (2004) lo hacen a través de los ‘distritos culturales’. Lloyd (2002) o Florida (2002), por ejemplo, a través de los ‘barrios artísticos’ o sus residentes creativos. Los tres enfoques comparten el mismo objeto de estudio pero lo ‘enfocan’ de distintas formas.

Por tanto, sin desatender otras perspectivas, sino más bien sometiéndolas a análisis comparativo, la propuesta de las escenas culturales ha sido nuestro marco analítico principal porque es la que considera, de forma específica, el territorio como lugar dotado de significados para la interacción social, no meramente como localización de actividades o residentes. Más concretamente, partiendo de la tesis del ‘relativismo contextual’ que la fundamenta (Clark, 2003), por la que diferentes tipos de personas, con diferentes estilos de vida, se ven atraídas por diferentes localizaciones según el carácter de las oportunidades de consumo cultural que existen en ellas, hemos aplicado esta perspectiva al análisis de la

relación entre creatividad y desarrollo territorial, una de las líneas de trabajo que destacan en el estudio de la relación entre cultura y territorio. Con ello hemos pretendido probar la valía analítica de la perspectiva de las escenas culturales respecto a este asunto, si se quiere, como un estudio de caso en la aplicación de esta perspectiva.

Con este objetivo hemos ido planteando una serie de preguntas que han ido articulando la investigación desarrollada, que fueron presentadas en el capítulo introductorio, y expuestas con mayor detalle, junto a sus posibles respuestas (o hipótesis), en cada capítulo. ¿Qué podemos concluir al respecto?

Por lo que se refiere a las primeras preguntas (¿qué son las escenas culturales? o ¿cómo conocerlas?), en el primer capítulo hemos evidenciado que la caracterización de las escenas culturales en España muestra que se articulan en torno a una dimensión básica que diferencia entre escenas comunitarias (más convencionales, ligadas a la idea de tradición, formalidad y localismo), frente a otras más innovadoras (menos convencionales en las que destacan la expresividad o la transgresión). Esta distinción se ha mostrado válida y bastante consistente para esas dos escalas territoriales, sistemas locales de trabajo y barrios (validez de constructo), mostrando relación con indicadores de los otros enfoques, pero denotando que da cuenta de conceptos diferentes (validez por convergencia) y permitiendo describir diferencias conocidas, entre distintas áreas de la geografía española (a través de los sistemas locales de trabajo, entre tres grandes ciudades y sus barrios). En suma, la perspectiva de las escenas culturales parece una perspectiva e instrumento válido para analizar la dimensión cultural del territorio en atención a las oportunidades de consumo cultural que ofrecen, y con ello, los estilos de vida y prácticas culturales que fomentan.

¿Influyen el carácter de las escenas culturales en el desarrollo territorial? Para responder a esta cuestión hemos considerado la literatura contemporánea que se centra en la influencia de la ‘creatividad’ sobre el desarrollo territorial, sea como especialización productiva, sea en la forma de talento. Para ello hemos debido de revisar previamente una de las perspectivas de esta línea de trabajo que ha recibido mucha atención académica, a saber: la propuesta de Florida sobre la clase creativa. O de otra forma, responder a la pregunta: ¿qué es la clase creativa?

Nuestra respuesta, desarrollada en el Capítulo segundo, apunta a que es más adecuado el uso del términos ‘ocupaciones creativas’ porque se trata de creatividad necesaria en el desempeño de una ocupación, no es por tanto, capital humano, ni un sector económico

específico, pero tampoco una clase social. Se trata de un grupo de ocupaciones que destacan por el conocimiento que requiere su desempeño. Ahora bien, en atención a este criterio parece pertinente retener la distinción entre sus tres sectores constitutivos: núcleo, bohemios y profesionales creativos (conocimientos analítico, simbólico y sintético, respectivamente).

Una vez aclarado el concepto de ‘ocupaciones creativas’ y su medición para el caso español, en el capítulo tercero hemos desarrollado la primera ‘prueba’ sobre el valor analítico de la perspectiva de las escenas culturales: la aplicación de su tesis de ‘relativismo contextual’ al análisis de la localización de este grupo. ¿El carácter de las escenas culturales da cuenta de la localización de las ocupaciones creativas en España con independencia de los otros factores que señala la literatura? Los análisis permitan dar una respuesta afirmativa pues la presencia de ocupaciones creativas aumenta cuando la escena cultural se orienta hacia el polo innovador (frente al comunitario), y ello, con independencia de otros factores que destaca la literatura, o incluso, con independencia de la mera densidad de oportunidades de consumo cultural. Esto es, la caracterización del clima cultural de las localidades por los estilos de vida que fomentan contribuye a explicar la presencia de ocupaciones creativas con independencia del volumen de equipamientos culturales, la dimensión demográfica del territorio, su especialización productiva o su clima social. Además, su importancia es mayor cuando se trata del núcleo creativo, y especialmente los bohemios, que cuando se analiza el grupo de los profesionales creativos.

Pero, ¿el carácter de las escenas culturales se relaciona con las diferencias de renta entre territorios?. Tratar de responder a esta cuestión, en el capítulo cuarto, ha sido la segunda prueba de valor analítica a la que hemos sometido a la perspectiva de las escenas culturales. Para ello hemos planteado dos hipótesis y sus respectivas especificaciones. Primera, las escenas innovadoras contribuyen y explican las diferencias de renta porque configuran un clima cultural que favorece el intercambio y la innovación. Segunda, de ser así, las escenas innovadoras deberían reforzar el efecto que debe tener la presencia de ocupaciones creativas en el territorio. Las especificaciones: esto último debe ser más evidente en el caso de aquellos sectores más genuinamente creativos en razón del conocimiento que desarrollan y/o aplican (núcleo creativo y bohemios).

Los análisis muestran que otros factores clásicos ligados al desarrollo territorial explican bastante bien las desigualdades de renta, pero que aun así las escenas culturales contribuyen a esa explicación. Los análisis muestran que la presencia de clase creativa se relaciona con

un mayor nivel de renta, tal y como postularía esta perspectiva, teniendo el mismo efecto la orientación de las escenas culturales hacia el polo innovador, pero también, que existe un efecto refuerzo entre ambas cuestiones, en especial, para el núcleo creativo y los bohemios. O de otra forma, las escenas innovadoras supondrían un clima favorable para el intercambio e innovación entre agentes creativos; si se quiere, se trata de un espacio que proporciona condiciones para la interacción entre ‘distritos’ y ‘barrios’ culturales; una infraestructura que potencia el intercambio y la difusión de la innovación entre agentes creativos que reside y trabajan en el mismo espacio territorial.

En resumen, el clima cultural, analizado desde la perspectiva de la escenas culturales, y no sólo como densidad de oportunidades de consumo cultural, parece contribuir a explicar la relación entre creatividad y desarrollo territorial, tanto por su relación con la localización de ocupaciones creativas, como por tener un efecto directo sobre el mismo y un efecto indirecto que refuerza el efecto de la presencia de agentes innovadores.

De lo anterior se deriva que la dimensión cultural de los territorios no se reduce a de cuántos equipamientos culturales existen en ellos, sino que debe considerarse también, o sobre todo, cuáles, pues es este rasgo el que los convierte en espacios significativos para la interacción social, dando cuenta del carácter de sus escenas culturales. Esto supone un rasgo contextual diferente a otros por los que suele caracterizarse al territorio, como los rasgos físicos, demográficos o de composición social.

Así, por ejemplo, aunque otros estudios han mostrado que la distribución de los equipamientos culturales y de las ocupaciones creativas sigue una pauta similar al tamaño demográfico de las localidades, nuestro análisis, sin contradecir totalmente este hecho, muestran que esa relación no es tan estrecha. Existen escenas innovadoras en espacios que, por su tamaño demográfico, distan de ser ‘urbanos’ (ver Capítulo 1). Esto supone que esta perspectiva es aplicable al análisis del territorio en su conjunto, no sólo para la ciudad. Hemos podido comprobar que la dimensión que subyace a las diferentes escenas culturales es consistente cuando comparamos sistemas locales de trabajo y barrios, y que su efecto sobre la localización de clase creativa y la renta es independiente del tamaño demográfico de las localidades. Por tanto, las escenas culturales puede resultar un enfoque válido tanto para la ‘sociología urbana’, como para la ‘sociología rural’, porque trata de reconocer el carácter del clima cultural existente en las localidades con independencia de su dimensión física, económica o social. Las escenas culturales no tratan de estudiar la ‘cultura de la ciudad’, tal y como hacían los autores clásico del análisis sociológico, sino la dimensión

cultural del espacio como categoría analítica para el análisis sociológico. Esto no significa que no existe relación entre el carácter de las escenas culturales y esas dimensiones, aquí hemos podido constatarlo, pero si implica que se trata de una dimensión que guarda cierta autonomía analítica porque aporta otra forma de estudiar el fenómeno.

También hemos visto que el alcance de esta perspectiva es más limitado cuando hemos especificado nuestras hipótesis según los tres sectores de las ocupaciones creativas. En general, logra aportar menos explicación cuando se trata de los profesionales creativos. Este resultado, en el marco de la tesis del relativismo contextual de las escenas culturales, pudiera sugerir que este colectivo no es ‘tan creativo’ como los otros dos, algo sobre lo que vienen insistiendo algunos autores (Mcgranahan, y Wojan, 2007; Peck, 2005; Krätke, 2010); o más específicamente, que sus estilos de vida son más convencionales que en el caso de los otros dos grupos, y por tanto, menos sensibles a la presencia de escenas innovadoras. Esto, sin duda, urge al desarrollo de análisis que den cuenta de si, realmente, las ocupaciones creativas, en general, y los profesionales creativos en particular, tienen estilo de vida y preferencias residenciales diferentes que otros colectivos. Esta tarea no la hemos enfrentado en este trabajo, pudiendo suponer, pues, una de sus limitaciones, sobre la que, sin duda, habrá que profundizar en trabajos posteriores.

A ello debe unirse que en nuestros análisis el indicador de escenas culturales contribuye a explicar la localización de ocupaciones creativas y desigualdades de renta, pero no es el más relevante, al menos, por la magnitud de los efectos en los análisis desarrollados. O de otra forma, esta perspectiva trata de aportar una explicación genuinamente cultural a los procesos territoriales desde una perspectiva sociológica, pero, evidentemente, no pretende ser ‘la’ explicación de los mismos. Se trata de una explicación complementaria, porque aporta otro tipo de mecanismos explicativos, o incluso porque refuerza otras explicaciones ya existentes, pero no pretende argumentar, por ejemplo, que las ocupaciones creativas viven en un lugar por sus oportunidades de consumo cultural en vez de por las oportunidades laborales, o que la renta en un territorio no se derive, sobre todo, de su especialización productiva o su capital humano. Sólo pretende aportar una explicación complementaria, de carácter socio-cultural, a las anteriores. Los resultados muestran que no parece ser desacertada, pero que en comparación con las otras es más limitada, al menos para explicar los fenómenos que se han considerado en el presente trabajo.

A este respecto también cabría señalar que nuestro trabajo se centra en el análisis de desigualdades territoriales a través la renta media de habitantes, pudiéndose medir otros

aspectos para dar cuenta de ese fenómeno. O incluso, que para ello no sólo sería necesario mejorar su medición con otros indicadores, sino también poder establecer pautas de cambio de los mismos en el tiempo. Se trata de una tarea que debe desarrollarse en el futuro, pero que enfrenta a una limitación común para quienes estudian la manifestación de los fenómenos sociales a una escala, digamos, local: la falta de información y/o las dificultades para acceder a la misma. Por ejemplo, la caracterización de las escenas culturales requiere conocer la localización de instalaciones con una desagregación de, al menos, tres dígitos de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, y la operacionalización de las ocupaciones creativas un nivel aún mayor de desagregación de la Clasificación Nacional de Ocupaciones. El Censo de Población y Vivienda de 2011, como operación basada en muestras, ofrece limitaciones para desarrollar esta tarea, y otras fuentes no son accesibles (Seguridad Social, Declaración de Renta), haciendo bastante difícil para el caso español poder analizar este asunto.

En su conjunto, el trabajo, con sus limitaciones, ha tratado de presentar la perspectiva de las escenas culturales como un enfoque novedoso para analizar el territorio como espacio significativo para la interacción social y sus posibles efectos mediante su aplicación al caso de las desigualdades territoriales. Sin duda existen limitaciones en las fuentes de datos para profundizar en su aplicación, así como también pueden existir en el propio enfoque (por ejemplo, frente a otros que hemos considerado). El objeto de este trabajo ha sido, precisamente, tratar de presentar este nuevo enfoque para someterlo a crítica, y con ello, en su caso, seguir trabajando para mejorar su desarrollo y otras posibles aplicaciones.

Referencias bibliográficas

- Alperovich, G., Bergsman, J., y Ehemann, C. (1977). "An Econometric Model of Migration Between US Metropolitan Areas". *Urban Studies*, 14 (2), 135-145.
- Andersen, K., Bugge, M., Hansen, H, Isaksen, Arne and Raunio, M (2010) 'One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context', *European Planning Studies*, 18: 10
- Asheim, B.T, Coenen, L., y Vang, J. (2007). Face-to-face, buzz and knowledge bases: Socio-spatial implications for learning, innovation and innovation policy. *Environment and Planning C* 25, 655-70.
- Asheim, B.T, y Gertler, M.S. (2005). The geography of innovation: Regional innovation systems. En J. Fagerberg, D. C. Mowery y R. R. Nelson (eds), *The Oxford handbook of innovation* (pp.291-317). Oxford: Oxford University Press.
- Asheim, B.T., y Hansen, H.K. (2009). Knowledge bases, talents, and contexts: on the usefulness of the creative classs approach in Sweden". *Economic Geography*, 85(4), 425-442.
- Becattini, G. (1967). *Mercato e forza locali: il distretto industriale*. Il Mulino, Bolonia.
- Becattini, G. (2004). *Industrial Districts: A New Approach to Industrial Change*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Beugelsdijk, S., y Van Schaik, T. (2005). 'Differences in Social Capital between 54 Western European Regions'. *Regional Studies*, 39 (8), 1053-1064.
- Bianchini, F. (1993). Remaking European cities: the role of cultural policies. En: F. Bianchini y M. Parkinson (eds), *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience* (pp. 1-19). Manchester: Manchester University Press.
- Blakely, E.J. (1994). *Planning Local Economic Development*. London: Sage.
- Blum, A. (2003). *The Imaginative Structure of the City*. Montreal & Kingston: McGill-Queen's University Press.

- Boden, M. (1990). *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. London: Weindendeld and Nicolson.
- Boix, R., y Galletto, V. (2004). *Identificación de Sistemas Locales de Trabajo y Distritos Industriales en España*. Madrid: MITYC, Secretaría General de Industria, Dirección General de Política para la Pequeña y Mediana Empresa (mimeo).
- Boix R., y Galletto, V. (2006). Sistemas locales de trabajo y distritos industriales marshallianos en España. *Economía Industrial*, 359, 165–184.
- Boschman, R.A., y Fritsch, M. (2009). ‘Creative Class and Regional Growth: empirical evidences from seven European countries’. *Economic Geography*, 85(4), 391-423.
- Bourdieu, P. (1999). *La Distinción*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2002). *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Burguess, E.W. (1925). ‘Can Neighborhood Work Have a Scientific Basis’. En Park, R.E. y Burgess, E.W. (eds), *The City* (pp. 142-155). Chicago: The University of Chicago Press.
- Cabieses, B., Zitko, P., Pinedo, R., Espinoza, M., y Albor, C. (2011). ¿Cómo se ha medido la posición social en investigación en salud? Una revisión de la literatura internacional. *Rev Panam Salud Publica*, 29(6), 457–68.
- Camarero, L.A. (1993). *Del éxodo rural y del éxodo urbano*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Camarero, L.A. (coord) (2009). *La población rural en España*. Barcelona: Fundación ‘La Caixa’.
- Castells, M. (1976). *Movimientos sociales urbanos*. Madrid: Siglo XXI.
- Chan, T.W., y Goldthorpe, J. H. (2007). Class and status: The Conceptual Distinction and its Empirical Relevance. *American sociological review*, 72, 512-532.
- Checa, C., y Arjona, A. (2007). Factores explicativos de la segregación residencial de los inmigrantes en Almería. *Revista Internacional de Sociología*, 48, 173–200.
- Childs, C. (2004): *Urban growth and creative class*. Ph. Dissertation, Boston College, Chestnut Hill, MA.

- Clark, T. N. (2003). Urban amenities: lakes, opera and juice bars do they drive development? En Clark, T. N. (ed.), *The City as an Entertainment Machine. Research in Urban Policy*, 9, 103–140.
- Clark, T. N. (2007) 'Making Culture Into Magic: How Can It Bring Tourists and Residents?' *International Review of Public Administration* 12(1):13-25.
- Clark, T.N. (2011). The New Chicago School. Notes toward a Theory. En Judd, D. y Simpson, D. (eds.), *The City Revisited* (pp. 220-241). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Clark, T. N., Lloyd, R., Wong, K. K., y Jain, P. (2002). Amenities drive urban growth. *Journal of Urban Affairs*, 24, 493–515.
- Clarke, S.E., y Gaile, G.L. (1998). *The Work of Cities*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.
- Clifton, N. (2008). The 'Creative Class' in the UK: an initial analysis. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90, 63–82.
- Colwell, P.F., y Deliring, C.A. (2002). Recreation density and residential location. *Journal of Urban Economy*, 51, 418–428.
- Consejo Económico y Social España (2013). Informe: Distribución de la renta en España: desigualdad, cambios estructurales y ciclos. Madrid: Consejo económico y social.
- Cooke, P.H., y Lazaretti, L. (2010). *Creative cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Cheltenham, Reino Unido: Edward Elgar.
- Currid, E (2007). *The Warhol Economy: How Fashion, Art and Music Drive New York City*. Princeton University Press.
- Currid, E., y Williams, S. (2010). 'The geography of buzz: art, culture and the social milieu in Los Angeles and New York'. *Journal of Economic Geography*, 10, 423-451.
- De Blasio, G., y Nuzzo, G. (2006). 'The Legacy of History for Development: The Case of Putnam's Social Capital'. Bank of Italy Working Paper, 591.
- Denis-Jacobs, J. (2012). Cultural industries in small-size Canadian cities: dream or reality? *Urban Studies*, 49(1), 97-114.

- Díaz Parra, I (2009). Procesos de gentrificación en Sevilla en la coyuntura reciente. Análisis comparado de tres sectores históricos: San Luis-Alameda, Triana y San Bernardo (2000-2006). Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, 304.
- Donegan, M., y Low, N. (2008): Inequality in the creative city: Is there still a place for old-fashioned' institutions?, *Economic Development Quarterly*, 22(1),46-62.
- Durkheim, E. (1987). La división social del trabajo. Madrid: Akal.
- Echezara, A., y Morales, L. (2012). El efecto de la diversidad en la cultura cívica en España a examen. *Revista española de sociología*, 17, 133-149.
- Eimermann, M. (2015). Lifestyle Migration to the North: Dutch Families and the Decision to Move to Rural Sweden. *Population, Space and Place*, 21, 65-85.
- Esquivias, M.T. (2004). 'Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones'. *Revista Digital Universitaria*, 5 (1).
- Etzioni, A. (1995). *The Spirit of Community*. London: HaperCollins.
- Feria, J.M. (2008). Un ensayo metodológico de definición de las áreas metropolitanas en España a partir de la variable residencia-trabajo. *Investigaciones geográficas*, 46, 49-68.
- Fernández-Enguita, M. (1993). 'Redes económicas y desigualdades sociales'. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 64, 41-79.
- Fernández, C.J., y Heikkila, R. (2011). El debate sobre el omnivorismo cultural. Una aproximación a nuevas tendencias en sociología del consumo. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 69 (3), 585-606.
- Fiest, G.J. (1999). 'The influence of personality in artistic and scientific creativity'. En Sternberg, R.J. (ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 273-296) .Cambridge: Cambridge University Press.
- Findlay, A., y Rogerson, R. (1993). 'Migration, Places and Quality of Life: Voting with their Feet?'. En Anthony Champion (ed.), *Population Matters* (pp. 1319-1341). Londres: Paul Chapman publishing.
- Fisher, C.S. (1976). Towards a sub-cultural theory of urbanism. *American Journal of Sociology*, 80, 1319-1341.

- Flew, T. (2004). 'Creativity, Cultural Studies, and Service Industries'. *Communication and Critical/cultural Studies*, 1 (2), 176-193.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2002a). 'Bohemia and economy geography'. *Journal of Economic Geography*, 2, 55-71.
- Florida, R. (2006). 'The flight of the creative class'. *Liberal Education*, 92 (3), 22-9.
- Florida, R. (2007). *The Flight of the Creative Class*. New York: Harper Collins Publishers.
- Florida, R. (2008). *Who's your city?* New York: Basic Books.
- Florida, R., Mellander, C., y Stolarick, K. (2008). 'Inside the black box of regional development -human capital, the creative class and tolerance'. *Journal of Economic Geography*, 2, 1-35.
- Florida, R., y Tinagli, I. (2004). *Europe in the Creative Age*. London: Demos.
- Franch, X., Martí, J., y Puig, J. (2013). 'Un análisis espacial de las pautas de crecimiento y concentración de la población a partir de series homogéneas: España (1877-2001)'. *Investigaciones regionales*, 25, 43-66.
- Ganzeboom, H. B., De Graaf, P. M., y Treiman, D. J. (1992). 'A standard international socio-economic index of occupational status'. *Social Science Research*, 21, 1-56.
- Gershon, A., Bergsman, J., y Ehemann, C. (1977). 'An Econometric Model of Migration Between US Metropolitan Areas'. *Urban Studies*, 14 (2), 135-145.
- Gieryn, T. (2000). 'A Space for Place in Sociology'. *Annual Review of Sociology*, 26, 463-96.
- Giner, S. (1991). *Teoría sociológica clásica*. Barcelona: Ariel.
- Glaeser, E. (1994). 'Cities, Information and Economic Growth'. *Cityscape*, 1(1), 9-47.
- Glaeser, E (1998). 'Are cities dying?'. *Journal of Economic Perspectives*, 12 (13), 9-60.
- Glaeser, E (2004). Review of Richard Florida's. *The rise of the creative class*. Disponible en: [http:// www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/GlaeserReview.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/GlaeserReview.pdf).

- Glaeser, E., Kallal, H., Scheinkman, J., y Shleifer, A. (1992). 'Growth in Cities'. *Journal of Political Economy*, 100, 1126–1152.
- Glaeser, E., Kolko, J., y Saiz, A. (2001). Consumer city. *Journal of Economic Geography*, 1, 27–50.
- Glaeser, E., y Saiz, A. (2004). The Rise of the Skilled City. *Brookings Wharton Papers on Urban Affairs*, 5, 47-94.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Nueva York: Doubleday.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Nueva York: Harper & Row.
- Goldthorpe, J.H., y Hope. K. (1974). *The Social Grading of Occupations: A New Approach and Scale*. Oxford: Clarendon Press.
- González, J.J. (1992). 'La construcción empírica de las clases sociales'. *Política y Sociedad*, 11, 99-112.
- Greenwood, M. (1975). 'Research on Internal Migration in the United States: a Survey'. *Journal of Economic Literature*, 13 (3), 397-433.
- Grignon, C., y Passeron, J.C (1992). *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Madrid: Ediciones de la Piqueta.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., y Anderson R.E. (2009). *Multivariate Data Analysis*. Pearson New Jersey: Prentice Hall.
- Hansen, H.K. (2007.) Technology, talent and tolerance –The geography of the creative class in Sweden. Department of Social and Economic Geography, Lunds University.
- Hansen, H.K.,y Niedomysl, T. (2008). Migration of the creative class: evidence from Sweden. *Journal of Economic Geography*, 4, 1–16.
- Hansen, H. K., Vang, J., y Asheim, B.T. (2005). The creative class and regional growth: Towards a knowledge based approach. Paper presented at Regional Studies Annual European Conference, Aalborg, Denmark, May.
- Hausmann, R., Hwang, J., y Rodrik, D. (2007). 'What You Export Matters'. *Journal of Economic Growth*, 12 (1), 1-25.

- Helliwell, J.F., y Putnam, R. (2000). 'Economic Growth and Social Capital in Italy'. En P. Dasgupta y Serageldin, I. (eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. Washington (pp. 253-268). DC: World Bank.
- Herslund, L. (2012). The Rural Creative Class: Counter urbanisation and Entrepreneurship in the Danish Countryside. *Sociologia Ruralis*, 52(2), 235-255.
- Hesmondhalgh, D., y Pratt, A. (2005). 'Cultural industries and cultural policy'. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 1-13.
- Houston, S., Wadley, D., y Fitzpatrick, R. (2015). Bohemianism and Urban Regeneration: a structures literature review and Compte Rendu. *Space and Culture*, 18(3), 311-323.
- Instituto Nacional de Estadística. (2001). Censo de población y viviendas.
- Jeffcutt, P., y Pratt, A. (2002). 'Managing Creativity in the Cultural Industries'. *Creativity and Innovation Management*, 11 (4), 225–233. doi: 10.1111/1467-8691.00254.
- Johnson, J. (1984). 'Inter-urban Migration in Britain: a Geographical Perspective'. En A. Boyce (ed.), *Migration and Mobility* (pp.301-316). Londres: Taylor & Francis.
- Keklokto, M., y Navarro, C. (2015). *Wymiary kulturowe polskich miast i miasteczek*, Cracow, Jagiellonian University Press.
- Krätke, S. (2010). 'Creative cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34 (4), 835-853.
- Lazeretti L., Boix, R., y Capone, F. (2008). Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain. *Industry and Innovation*, 15, 549–567.
- Leal, J. (1997). *Sociología del espacio: el orden espacial de las relaciones sociales*. Política y Sociedad, 25, 21-36.
- Lloyd, R. (2002). 'Neo-Bohemia: Art and Neighborhood Redevelopment in Chicago'. *Journal of Urban Affairs*, 24(5), 517–532.
- Lloyd, R. (2004). 'The Neighborhood in Cultural Production: Material and Symbolic Resources in the New Bohemia' *City & Community*, 3 (4).

- Lloyd, R. (2006). *Neo-bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*. London: Routledge.
- Logan, J., y Molotch, H. (1987). *Urban Fortunes the Political Economy of Place*. Berkeley: The University of California Press.
- Lorenzen, M. y Andersen, K. V. (2007). *The Geography of the European Creative Class. A Rank-Size Analysis*. DRUID Working Paper No. 07-17.
- Lorenzen, M., y Andersen, K.V. (2009). 'Centrality and Creativity: Does Richard Florida's Creative Class Offer New Insights into Urban Hierarchy?'. *Economic Geography*, 85 (4), 363-390.
- Lucchini, F. (2002). *La cultura au service des villes*. Paris: Economica.
- Lyon, Thomas P. (2005). 'Making Capitalism Work: Social Capital and Economic Growth in Italy, 1970-1995'. FEEM Working Paper, 70.05.
- Markusen, A (2006). Urban development and the politics of creative class: evidence from the study of artists. *Environment and Planning A*, 38, 1921-1940.
- Markusen, A., Wassal, G.H., Denatale, D., y Cohen, R. (2008). 'Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches'. *Economic Development Quarterly*, 22 (1), 24-45.
- Markusen, A., y Schrock, G. (2006). 'The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialization and Economic Development Implications'. *Urban Studies*, 43 (10), 1661-1686.
- Marlet, G. y Van Woerkens, C. (2004). *Skills and creativity in a cross section of Dutch cities*, Utrecht, Netherland: Tjalling C. Koopmans Research Institute (Discussion Paper 04-29).
- Martin-Brelot, H., Grossetti, M., Eckert, D., Gritsai, O., y Kovács, Z. (2010). The spatial mobility of the 'creative class': a European perspective. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34 (4), 854-870.
- Martínez-Rigol, S. (2000). *El retorn al centre de la ciutat. El Raval entre la gentrificació i la reestructuració*. Tesi doctoral dirigida per Carles Carreras-Verdaguer. Barcelona: Departament de Geografia Humana, Universitat de Barcelona.

- McGranahan, D., y Wojan, T. (2007). 'Recasting the Creative Class to Examine Growth in Rural and Urban Counties'. *Regional Studies*, 41 (2), 197-216.
- McGranahan, D., Wojan, T., y Lambertz, D. (2010). 'The rural growth trifecta: outdoor amenities, creative class and entrepreneurial context' *Journal of Economic Geography* 1–29
- Mincer, J (1981) Human capital and economic growth. Nber working paper series, 803
- Ministerio de Cultura (2007). Valor Económico de la Cultura
- Moodysson, J., Coenen, L., y Asheim, B. (2008). Explaining spatial patterns of innovation: Analytical and synthetic modes of knowledge creation in the Medicon Valley life science cluster. *Environment and Planning A*, 40(10), 40-56.
- Moretti, E. (2003). 'Human capital externalities in cities' *Handbook of regional and urban economics*, 4, 2243-2291
- Munford, L. (1938). *The Culture of Cities*. San Diego: Harcourt Brace and Company.
- Muñoz, L., Rodríguez, M.J., y Navarro, C (2012). 'Escenas culturales: convencionalismo, distanciamiento estético y diversidad'. En Navarro, C. (Coord.) (2012): *Las dimensiones culturales de la ciudad* (pp. 96-188). Madrid: Catarata.
- Naciones Unidas (2008). 'Creative Economy Report'. Naciones Unidas.
- Nates, B., y Raymond, S. (2007). *Buscando la naturaleza. Migración y dinámicas rurales contemporáneas* (pp 126). Barcelona: Anthropos.
- Navarro, C. (2013). Do 'creative cities' have a dark side? Cultural scenes and socioeconomic status in Barcelona and Madrid (1991–2001). *Cities*, 35, 213–220.
- Navarro, C., y Clark, T.N. (2012). Cultural Policy in European cities. *European Societies*, 35, 213-220. DOI:10.1080/14616696.2012.726369.
- Navarro, C., y Rodríguez, M.J. (2014). The Contextual Effect of Local Scenes on Cultural Practices: The Case of Spain. En Terry Nichols Clark (ed.), *Can Tocqueville Karaoke? Global Contrasts of Citizen Participation, the Arts and Development* (pp. 251-267). *Research in Urban Policy*, 11. Emerald Group Publishing Limited.
- Navarro, C. (Coord.) (2012). *Las dimensiones culturales de la ciudad*. Madrid: Catarata.

- Navarro, C. (2012a). 'El análisis de las dimensiones culturales de la ciudad'. En Navarro, C. (Coord.) (2012): Las dimensiones culturales de la ciudad (pp. 46-76). Madrid: Catarata.
- Navarro, C., Mateos, C., y Rodríguez, M. J. (2012). 'Cultural scenes, the creative class and development in Spanish municipalities'. *European Urban and Regional Studies*, 21(3), 301-317.
- Navarro, C., Guerrero, G., Muñoz, L., y Mateos, C. (2013). Escenas culturales, desigualdades y gentrificación en grandes ciudades españolas. Los casos de Barcelona, Bilbao, Madrid y Sevilla. En Josepa Cucó Giner (ed.). *Metamorfosis urbanas: ciudades españolas en la dinámica global* (pp. 109-130).
- Nisbett, R. (1977). *La formación del pensamiento sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu.
- O' Connor, J. (2007). *The cultural and creative industries: a review of the literature*. Leeds: The University of Leeds.
- Ottaviano, G., y Peri, G. (2005). *Cities and cultures*. Documento de trabajo. Departamento de Economía, Universidad de Verona.
- Park, R. (1916). *The City. Suggestions for the Investigation of Human Behaviour in the Urban Environment*. *The American Journal of Sociology*, 20, 579-583.
- Peck, J. (2005). 'Struggling with the Creative Class'. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (4), 740-770.
- PNUD (2013). 'Informe sobre la economía creativa'. Naciones Unidas.
- Polese, M. (2012). *The Arts and Local Economic Development: Can a Strong Arts Presence Uplift Local Economies? A Study of 135 Canadian Cities*. *Urban Studies*, 49(8), 1811-1835.
- Pratt, A.C. (1997) 'Production values: from cultural industries to the governance of culture' *Environment and Planning A*, 27, 1911-17.
- Pratt, A.C. (2008). *Creative cities: the cultural industries and the creative class*. *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*, 90 (2), 107-117.
- Pratt, D.D. (2002). *Good Teaching: One Size Fits All? New Directions for Adult and Continuing Education*, 93, 5-15.

- Putnam, R. (1993), *Making Democracy Work*. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling Alone*. Nueva York: Simon & Schuster.
- Rausch., S y Negrey, C. (2006). Does the creative engine run? *Journal of Urban Affairs*, 28(5): 473-489.
- Redfield, R (1947). 'The Folk Society'. *The American Journal of Sociology*, 52, 293-308.
- Regidor, E. (2001). La clasificación de clase social de Goldthorpe: marco de referencia para la propuesta de medición de la clase social del grupo de trabajo de la Sociedad Española de Epidemiología. *Rev Esp Salud Pública*, 75 (1), 13-22.
- Rius, J. (2008). Los barrios artísticos como base local de la Cultura global. El caso del Raval de Barcelona. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 51, 179-205.
- Rodríguez, M.J., Mateos, C., y Navarro, C. (2012). 'Dinámicas culturales, clase creativa y desarrollo urbano'. En Navarro, C. (Coord.) (2012): *Las dimensiones culturales de la ciudad* (pp. 158-173). Madrid: Catarata.
- Romer, P. (1994). The Origins of Endogenous Growth. *The Journal of Economic Perspectives*, 8 (1), 3-22.
- Roback, J. (1982). Wages, rents and quality of life. *Journal of Political Economy*, 90, 1257–1278.
- Rosdil, D. (2010). Testing cultural and economic explanations for local development policies: the competing claims of security, distress, and nontraditional subcultures. *Journal of urban affairs*, 32 (1), 105–130.
- Sabatini, F (2005). 'An Inquiry into the Empirics of Social Capital and Economic Development'. Tesis Doctoral en el Departamento de Economía Pública. Universidad de Roma La Sapienza.
- Santagata, W. (2004). 'Creativity, fashion, and market behaviour'. En Poer, D. y Scott, A.J. (eds.), *Cultural Industries and the Production of Culture* (pp. 75-90). New York: Routledge.
- Scott, A.J. (1997). 'The cultural economy of cities'. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), 323-339.

- Scott, A. J. (1999). The cultural economy: geography of the creative field. *Media, Culture and Society*, 21(6), 807-817.
- Scott A.J. (2000). *The cultural economy of cities: Essays on the geography of image-producing industries*. London: Sage.
- Scott, A. J. (2004). 'Cultural Products Industries and Urban Economic Development. Prospect for Growth and Market Contestation in Global Context'. *Urban Affairs Review*, 39, 461-490.
- Scott, A.J. (2005). *On Hollywood: The Place, The Industry*. Nueva Jersey. Princeton University Press.
- Scott, A.J. (2006). Creative cities: conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), 1-17.
- Sennett, R. (ed) (1969). 'An introduction'. En Sennet, R. *Classic essays on the culture of cities* (pp. 3-22). New Jersey: Prentice-Hall.
- Shapiro, J. M. (2006). Smart cities: quality of life, productivity, and the growth effects of human capital. *The Review of Economics and Statistics*, 88(2), 324–335.
- Sharp EB (2005) *Morality Politics in American Cities*. Lawrence, KS: The University Press of Kansas.
- Silver, D. y Miller, D. (2012) 'Contextualizing the artistic dividend'. *Journal of Urban Affairs*, 35 (5), 591–606.
- Silver, D. y Clark, T. (2013) 'Buzz as an urban resource', *The Canadian Journal of Sociology*, vol. 38, no. 1, pp. 1–31.
- Silver D y Clark, T. (2015) 'The Power of Scenes' *Cultural Studies*, 29:3, 425-449.
- Silver D., Clark, T.N., y Navarro, C (2010). *Scenes: social context in an age of contingency*. *Social Forces*, 88, 2293-2324.
- Simmel, G. (1969). 'The Metropolis and Mental Life'. En Sennet, R. *Classic essays on the culture of cities* (pp. 47-60). New Jersey: Prentice-Hall.
- Sobrino, J. (2010). *Migración interna en México durante el siglo XX*. México: Consejo Nacional de Población.

- Storper, M., y Scott, A.J (2009). Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography*, 1-21.
- Storper, M y Venables, A. J. (2004). Buzz: face-to-face contact and the urban economy', *Journal of Economic Geography*, 4, 351-370. doi:10.1093/jeg/lbn052.
- Taylor, C. (1992). *The Ethics of Authenticity*. Harvard: Harvard University Press.
- Taylor, C. (2009). 'The creative industries, governance and economic development: a UK perspective'. En Kong, L. y O'Connor, J. *Creative economies, creative cities. Asian-European perspectives*, 153-166.
- Tilly, C (1991). *Grandes estructuras, procesos amplios, comparaciones enormes*. Madrid: Alianza.
- Trigilia, C. (2001). Social capital and local development. *European journal of Social Theory*, 4 (4).
- Tonnies, F. (1979). *Comunidad y Sociedad*. Península: Barcelona.
- Vanolo, A. (2008). The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin. *Cities*, 25, 370–382.
- Veblen, T (1974). *La Clase Ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Vorley, T.R., Mould, O.M.,y Smith, H. (2008). 'Introduction to Geographical economies of creativity, enterprise and the creative industries'. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90 (2), 101–106.
- Weber, M. (1987). *La ciudad*. Madrid: Ediciones de la Piqueta.
- Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis*. Newbury Park, CA, Sage.
- Whitt. J.A. (1987). Mozart in the Metropolis. The Arts Coalition and the Urban Growth Machine. *Urban affairs review*, 23(1), 15-36.
- Wirth, L. (1938). 'Urbanism as a Way of Life'. *American Journal of Sociology* , 44(1), 1-24.
- Wright M, C. (1964). *Poder, política y pueblo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wright, E. (1985). *Classes*. London: Verso.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development. *Theory and Society*, 27, 151-208.

- Zukin, S. (1989). *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. Rutgers University Press.
- Zukin, S. (1991) *Landscapes of power: from Detroit to Disney World*. University of California Press, Berkeley and Los Angeles.
- Zukin, S. (1995). *The Culture of Cities*. Oxford: Blackwell.
- Zukin, S. (2004). *Point of Purchase: How Shopping Changed American Culture*. New York: Routledge.
- Zukin, S. (2008). Consuming authenticity. *Cultural Studies*, 22(5), 724-748.
- Zukin, S. (2009). Changing Landscapes of Power: Opulence and the Urge for Authenticity *International Journal of Urban and Regional Research*, 33,(2), 543–553

Anexos

Anexo 1.1. Proceso de codificación de los equipamientos: puntuaciones

1	2	3	4	5
Se opone totalmente a la naturaleza de la 'amenity'	Es un rasgo opuesto a la naturaleza de la 'amenity'	Es un rasgo neutro respecto a la naturaleza de la 'amenity'	Define la naturaleza de la 'amenity'	Es imprescindible para dar cuenta de la naturaleza de la 'amenity'

99. Incertidumbre, ambigüedad en el propio equipamiento

88. Desconocimiento del equipamiento por parte del codificador/a

Fuente: Documento de trabajo DCC/DT03, disponible en <http://www.upo.es/cspl/scenes/>

Anexo 1.2. Oportunidades de consumo cultural: categorías CNAE (93) seleccionadas

Código CNAE	Actividad
5242	Comercio al por menor de prendas de vestir
5243	Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero
5244	Comercio al por menor de muebles; aparatos de iluminación y otros artículos para el hogar
5245	Comercio al por menor de electrodomésticos, aparatos de radio, televisión y sonido
5246	Comercio al por menor de ferretería, pinturas y vidrio
5247	Comercio al por menor de libros, periódicos y papelería
5250	Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimientos
5511	Hoteles, moteles, hostales y pensiones con restaurante
5530	Restaurantes
5540	Establecimientos de bebidas
7140	Alquiler de efectos personales y enseres domésticos
9211	Producción cinematográfica y de vídeo
9212	Distribución de películas
9213	Exhibición de películas
9220	Actividades de radio y televisión
9231	Creación e interpretación artística y literaria
9232	Gestión de salas de espectáculos
9233	Actividades de ferias y parques de atracciones
9251	Actividades de bibliotecas y archivos
9252	Actividades de museos y conservación de lugares y edificios históricos
9253	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales
9261	Gestión de estadios y otras instalaciones deportivas
9262	Otras actividades deportivas
9271	Actividades relacionadas con los juegos de azar y apuestas
9302	Peluquería y otros tratamientos de belleza
9304	Actividades de mantenimiento físico corporal

Fuente: Elaboración propia

Anexo 1.3 Escenas comunitarias e innovadoras: subdimensiones incluidas

Escenas culturales		
Sub-dimensiones	Comunitaria (convencional)	Innovadora (o no convencional)
Legitimidad	Tradicionalismo Igualitarismo Utilitarismo	Expresividad Carisma
Teatralidad	Cercanía Formalidad	Transgresión Exhibicionismo Glamour
Autenticidad	Localismo Etnicidad Estatat Racionalidad	Empresas

Fuente: Elaboración propia

Anexo 1.4. Escenas culturales en los sistemas locales de trabajo (2001)

Análisis factorial de componentes principales sobre indicadores de *performance* de sub-dimensiones

Dimensiones	Sub-dimensiones	Componentes			
		1	2	3	4
Legitimidad	Tradicionalismo	-0,297	0,839	-0,434	-0,122
	Utilitarismo	-0,312	-0,177	0,881	0,045
	Expresividad	0,323	-0,482	0,756	0,079
	Igualitarismo	-0,814	0,505	0,168	0,021
	Carisma	0,817	-0,455	0,323	-0,084
Teatralidad	Exhibicionismo	0,910	0,120	-0,279	-0,012
	Transgresión	0,718	-0,340	0,530	0,116
	Glamour	0,922	-0,219	0,188	-0,174
	Formalidad	0,234	0,756	-0,540	0,138
	Cercanía/vecindad	-0,895	0,248	0,215	0,022
Autenticidad	Localismo	-0,365	0,905	0,182	0,010
	Etnicidad	-0,386	0,866	-0,014	0,095
	Mundo empresarial	0,238	0,264	0,887	-0,026
	Oficialidad estatal	0,178	0,093	-0,804	-0,141
	Racionalidad	-0,103	0,049	0,128	0,981
Varianza explicada	Cada factor (%)	33,669	25,922	25,886	7,235
	Acumulada (%)		59,591	85,477	92,712
KMO		0,586			
Prueba de Barlett (χ^2)		32912,750			
Gl		105			
Significación		0,000			

Nota: Matriz de componentes rotados (rotación *varimax*)

Fuente: Elaboración propia

Anexo 1.5. Escenas culturales en los barrios de Barcelona, Madrid y Sevilla (2001)

Análisis factorial de componentes principales sobre indicadores de performance de sub-dimensiones

	Barcelona				Madrid			Sevilla			
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4
Tradicionalismo	0,07	0,05	-0,89	0,38	-0,27	-0,22	0,89	-0,14	-0,01	-0,98	0,10
Utilitarismo	-0,64	0,68	0,29	-0,09	-0,76	0,39	-0,44	-0,63	0,26	0,44	0,56
Expresividad	0,31	0,01	0,83	0,03	0,84	0,21	-0,40	0,57	0,09	0,72	0,18
Igualitarismo	-0,91	0,10	-0,06	0,24	-0,89	0,00	-0,06	-0,86	0,19	-0,27	-0,09
Carisma	0,89	-0,08	0,34	-0,07	0,95	0,18	-0,12	0,89	0,07	0,33	0,07
Exhibicionismo	0,95	-0,15	0,08	0,15	0,97	0,17	0,12	0,95	0,19	0,15	0,11
Transgresión	0,58	-0,68	0,33	0,11	0,94	0,16	-0,17	0,68	0,12	0,41	-0,58
Glamour	0,90	0,17	0,07	-0,03	0,92	0,23	0,07	0,93	0,12	0,14	0,20
Formalidad	0,26	0,84	-0,28	0,02	0,46	0,22	0,76	0,14	0,08	-0,12	0,83
Cercanía/ vecindad	-0,87	0,18	0,07	0,37	-0,90	0,36	-0,06	-0,64	0,69	0,22	0,20
Localismo	-0,35	0,37	-0,21	0,78	-0,44	0,75	0,44	-0,08	0,94	-0,07	0,26
Etnicidad	0,04	-0,48	0,06	0,86	0,12	0,88	0,30	0,49	0,82	0,19	-0,14
Mundo empresarial	-0,14	0,91	0,33	0,03	0,30	0,73	-0,20	0,15	0,28	0,23	0,86
Oficialidad estatal	0,36	-0,42	-0,62	-0,44	0,03	-0,86	0,29	-0,07	-0,75	-0,52	-0,29
Racionalidad	0,17	-0,03	0,78	0,07	0,50	0,52	-0,18	0,31	0,33	0,70	0,04
Varianza explicada (%)	35,31	20,64	20,55	12,87	48,48	22,94	14,81	35,21	19,83	19,80	15,94
Varianza acumulada (%)		55,95	76,504	89,37		71,43	86,24		55,04	74,84	90,78
KMO	0,43				0,517			0,46			
Prueba de Barlett (χ^2)	2157,60				4376,971			3841,54			
GI	105				105			105			
Significación	0,000				0,000			0,000			

Nota: Matriz de componentes rotados (rotación *varimax*)

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2.1. Innovación y tipos de conocimiento en los procesos productivos

	Analítico	Sintético	Simbólico
¿Qué es?	Desarrollar nuevos conocimientos a partir de sistemas naturales aplicando las leyes científicas: saber por qué.	Aplicar combinar conocimientos de una manera novedosa: saber cómo	Crear significados, deseos, cualidades estéticas, intangibles, símbolos e imágenes: saber quién.
¿Cómo se aplica?	Conocimiento científico, modelos deductivos	Resolver problemas, inductivo, producción personalizada	Crear procesos
¿Dónde?	Colaboración dentro y entre unidades de investigación	Aprendizaje interactivo con clientes y proveedores	Aprender haciendo, en estudio, equipos de proyecto
Nivel de codificación del 'conocimiento'	Conocimiento con una alta codificación, altamente abstracto, universal.	Conocimiento codificado parcialmente, fuertes componentes tácitos, contextos más específicos.	Importancia de la interpretación, creatividad, conocimiento cultural, signos de valor, implica una fuerte especificidad del contexto
Variabilidad contextual	Significado relativamente constante entre lugares	El significado varía substancialmente entre lugares	Significado altamente variables entre lugares, clase y género
Ejemplos:	Desarrollo de fármacos	Ingeniería mecánica	Producción cultural, diseño, marcas.

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de Asheim y Hansen (2009)

Anexo 2.2. Tipos de conocimiento y grupos ocupacionales

Base de conocimiento analítico	Base de conocimiento sintético	Base de conocimiento simbólico
Físicos, químicos y profesiones relacionadas	Arquitectos, ingenieros y profesiones relacionadas	Escritores, y artistas
Matemáticos y estadísticos	Técnicos en ciencias físicas e ingenierías	
Profesionales informáticos	Técnicos de informática	
Profesionales de ciencias naturales	Operadores de equipos ópticos y electrónicos	
Profesores de instituto, universitarios y educación superior	Controladores espaciales y técnicos	
	Inspectores de salud y calidad	
	Técnicos de ciencias naturales	

Fuente: Elaboración propia a partir de Asheim y Hansen (2009)

Anexo 2.3. Ocupaciones que integran la clase creativa según Florida (2002)

Clase creativa	Ocupaciones (SOC-2000)
Super-Creative Core	15 Computer and mathematical occupations
	17 Architecture and engineering occupations
	19 Life, physical, and social science occupations
	25 Education, training, and library occupations
Creative Professionals	11 Management occupations
	13 Business and financial operations occupations
	23 Legal occupations
	29 Healthcare practitioners and technical occupations
	Part 41 High-end sales and sales management
Bohemian	27 Arts, design, entertainment, sports, and media occupations

Nota: SOC-2000 es la *Standard Occupational Classification*, por lo que se mantiene el idioma original de esta clasificación.

Fuente: Elaboración propia a partir de Florida (2002)

Anexo 2.4. Clase creativa vs. clases sociales I: Florida vs. Wright

Tabla 1. Modelo de Wright

Posición en la organización	Participación en la toma de decisiones	1. Decisor
		2. Asesor
Cualificación	Autoridad sobre otros trabajadores	3. No decisor
		1. Supervisión con capacidad de sanción
		2. Supervisión de tareas
	Jerarquía formal	3. Supervisión nominal
		4. No supervisión
		1. Directivo
	Expertos	2. Supervisor
		3. Empleado
		Profesionales
	Semi- expertos o cualificados	Profesores
		Directivos con titulación superior
		Técnicos con titulación superior
		Profesores secundaria
		“Crafts” (oficios artesanos o con una cualificación específica)
		Directivos sin titulación superior
		Técnicos sin titulación superior
	No cualificados	Comerciantes y Administrativos con titulación superior
		Comerciantes y administrativos sin titulación superior o autonomía
		No “crafts” (resto de ocupaciones)

Fuente: Elaboración propia a partir de Carabaña y González (1992)

Tabla 2. Correspondencia entre el Modelo de Florida (2002) y el Modelo de Wright

	Florida	Grupo aproximado de pertenencia según Wright
Núcleo	15. Matemáticos e informáticos	Expertos
	17. Arquitectos e ingenieros	Expertos
	19. Profesionales de ciencias naturales, física y ciencias sociales	Expertos
	25. Profesor, formador y bibliotecario	Expertos
Bohemios	27. Artistas, diseñadores, profesionales del entretenimiento, de los deportes y medios de comunicación	Expertos / Semi- expertos o cualificados
Profesionales	11. Gestores	Expertos / Semi –expertos
	13. Profesionales de operaciones comerciales y financieras	Expertos
	23. Abogados, fiscales, jueces, magistrados y otros profesionales del derecho	Expertos
	29. Profesionales de la salud y ocupaciones técnicas	Expertos
	Parte de la 41. Profesionales de ventas de altas gamas y gestores de ventas	Expertos

Fuente: Elaboración propia a partir de Carabaña y Gonzáles (1992) y Florida 2002

Anexo 2.5. Clase creativa vs. clases sociales II: Florida vs. Goldthorpe

Tabla 1. Modelo de Goldthorpe

	Versión original	Versión reducida
Clase de servicio	I. Profesionales superiores; directivos de grandes establecimientos y grandes empleadores (de más de 25 empleados)	1. Managers y profesionales de alto nivel
	II. Profesionales de nivel medio e inferior; técnicos superiores; directivos de pequeños establecimientos (menos de 25 empleados); supervisores de empleados no manuales	2. Managers y profesionales de nivel inferior
Clases intermedias	IIIa. Empleados no manuales de rutina en la administración y el comercio	3. Empleadores intermedios
	IIIb. Trabajadores de servicios personales y de seguridad	
	IVa. Pequeños propietarios, artesanos, etc, con empleados (menos de 25)	4. Pequeños empleadores y trabajadores por cuenta propia
	IVb. Pequeños propietarios, artesanos, etc, sin empleados	
	IVc. Agricultores, pescadores, etc	5. Supervisores y técnicos de nivel bajo
	V. Supervisores de trabajadores manuales, técnicos de nivel inferior, etc	
Clase obrera	VI. Trabajadores manuales cualificados	6. Trabajadores de trabajo “semi-rutinario”
	VIIa. Trabajadores semicualificados y sin cualificar no agrarios	7. Trabajadores con trabajo rutinario
	VIIb. Trabajadores agrarios	

Fuente: Elaboración propia a partir de Goldthorpe y Hope (1974); Chan y Goldthorpe (2007)

Tabla 2. Correspondencia entre el Modelo de Florida (2002) y el Modelo de Goldthorpe

	Florida	Grupo aproximado de pertenencia según Goldthorpe
Núcleo	15. Matemáticos e informáticos	I
	17. Arquitectos e ingenieros	I/II
	19. Profesionales de ciencias naturales, física y ciencias sociales	I/II
	25. Profesor, formador y bibliotecario	I/II (y algunas del III)
Bohemios	27. Artistas, diseñadores, profesionales del entretenimiento, de los deportes y medios de comunicación	VI/VII
Profesionales	11. Gestores	I/III
	13. Profesionales de operaciones comerciales y financieras	III
	23. Abogados, fiscales, jueces, magistrados y otros profesionales del derecho	I/II/III/IV
	29. Profesionales de la salud y ocupaciones técnicas	I/II/III
	Parte de la 41. Profesionales de ventas de altas gamas y gestores de ventas	III

Fuente: Elaboración propia a partir de González (1992) y Florida (2002)

Anexo 2.6. Clase y ocupaciones creativas. Florida vs. Mcgranahan y Wojan

Florida (2002)		Mcgranahan y Wojan (2007)	
Códigos SCO-00	Creative Class	Códigos SCO-00	Recasting creative class
15	Computer and mathematical occupations	15	Computer and mathematical occupations
17	Architecture and engineering occupations	17	Architecture and engineering occupations
	Architects, surveyors, and cartographers		Architects, surveyors, and cartographers
	Engineers		Engineers
19	Drafters, engineering, and mapping technicians	19	Drafters, engineering, and mapping technicians
	Life, physical, and social science occupations		Life, physical, and social science occupations
	Life and physical scientist		Life and physical scientist
25	Social scientists and related workers	25	Social scientists and related workers
	Life, physical, and social science technicians		
	Education, training, and library occupations		
27	Post-secondary teachers	27	Post-secondary teachers
	Teachers, primary, secondary, and special education		
	Teachers, pre-school, kindergarten, elementary, and middle school		
11	Teachers, secondary school	11	Librarians, curators, and archivist
	Teachers, special education		
	Librarians, curators, and archivist		
13	Other teachers, instructors, education, training, and library occupations	13	Arts, design, entertainment, sports, and media occupations
	Arts, design, entertainment, sports, and media occupations		Arts, design, entertainment, sports, and media occupations
	Management occupations		Top Executives
23	Top Executives	23	Advertising, marketing, promotions, public relations, and sales managers
	Advertising, marketing, promotions, public relations, and sales managers		Financial managers
	Financial managers		Operations specialties managers, except financial managers
29	Operations specialties managers, except financial managers	29	Other management occupations, except farmers and farm managers
	Farmers and farm managers		
	Other management occupations, except farmers and farm managers		
13	Business and financial operations occupations	13	Accountants and auditors
	Business operations specialist		
	Accountants and auditors		
23	Other financial specialist	23	Lawyers
	Legal occupations		
	Lawyers		
29	Judges, magistrates, and other judicial workers	29	Healthcare practitioners and technical occupations
	Legal support workers		Physician and surgeons
	Healthcare practitioners and technical occupations		

	Registered nurses		
	Therapists		
	Other health diagnosing and treating practitioners and technical occupations		
	High-end sales and sales management		
Part 41	Sales representatives, services, wholesale and manufacturing	Part 41	Sales representatives, services, wholesale and manufacturing
	Other sales and related occupations, including supervisors		Other sales and related occupations, including supervisors
Fuentes: Elaboración propia a partir de Florida 2002 y Mcgranajan y Wojan (2007)			

Anexo 2.7. Ocupaciones creativas: correspondencia entre diferentes clasificaciones (SCO-00; ISCO-88 y CNO-94)

Florida(2002)	Boschman y Frisch (2007) y Lorenze y Andersen (2009)		Mateos y Navarro (2014)	
SCO-00	ISCO-88	The creative occupation	CNO-94	La clase creativa en España
15	212	Mathematicians, statisticians and related professionals	202	Matemáticos, actuarios, estadísticos y asimilados X
			262	Profesionales asociados a una titulación de 1 ^{er} ciclo universitario en matemáticas, estadística y asimilados X
	213	Computing professionals	203	Profesionales de la informática de nivel superior X
			263	Profesionales de nivel medio de informática X
17	214	Architects, engineers and related professionals	204	Arquitectos, urbanistas e ingenieros planificadores de tráfico X
			205	Ingenieros superiores X
			264	Arquitectos técnicos X
			265	Ingenieros técnicos X
	31	Physical and engineering science associate professionals	301	Delineantes y diseñadores técnicos X
			302	Técnicos de las ciencias físicas, químicas y de las ingenierías
			303	Profesionales técnicos de la informática
			304	Operadores de equipos ópticos y electrónicos
			305	Profesionales en navegación marítima X
			306	Profesionales en navegación aeronáutica X
19	211	Physicists, chemists and related professionals	201	Físicos, químicos y asimilados X
			261	Profesionales asociados a unas titulaciones de 1 ^{er} universitario en ciencias físicas, químicas y asimilados X
	221	Life, science professionals	211	Profesionales en ciencias naturales X
			271	Profesionales asociados a una titulación de 1 ^{er} ciclo universitario en ciencias naturales X
	346	Social work associate professionals	353	Profesionales de apoyo de promoción social
25	231	College, university and higher education teaching professionals	221	Profesores de universidades y otros centros de enseñanza superior X
	232	Secondary education teaching professionals	222	Profesores de enseñanza secundaria
	233	Primary and pre-primary education teaching professionals	281	Profesores de enseñanza primaria e infantil
			283	Profesorado técnico de formación profesional
	234	Special education teaching	282	Profesores de educación especial

		professionals			
	235	Other teaching professionals	223	Otros profesionales de la enseñanza	
	243	Archivists, librarians and related information professionals	252	Archiveros, bibliotecarios y profesionales asimilados	X
			292	Ayudantes de archivo, biblioteca y asimilados	X
			242	Economistas	X
	244	Social, sciences and related professionals	243	Sociólogos, historiadores, filósofos, filólogos, psicólogos y asimilados	X
			293	Diplomados en trabajo social	
27	245	Writers and creative or performing artists	251	Escritores y artistas de la creación o de la interpretación	X
	3131	Photographers and image and sound recording equipment operators			
	347	Artistic, entertainment and sports associate professionals	354	Profesionales del mundo artístico, del espectáculo y de los deportes	X
	521	Fashion and other models	531	Modelos de moda, arte y publicidad	X
11	247	Public service administrative professionals	1	Dirección de las empresas y de las administraciones públicas	X
	1	Legislators, senior officials and managers			
	343	Administrative associate professionals	341	Profesionales de apoyo de la gestión administrativa, con tareas administrativas generales	
			241	Profesionales en organización y administración de empresas	X
13	241	Business professionals	291	Diplomados en contabilidad y graduados sociales y técnicos de empresas y actividades turísticas	X
	342	Business services agents and trade brokers	351	Consignatarios y agentes en la contratación de mano de obra	
23	242	Legal professionals	231	Abogados y fiscales	X
			232	Jueces y magistrados	
			239	Otros profesionales del derecho	X
	222	Health professionals (except nursing)	212	Médicos y odontólogos	
			213	Veterinarios	
			214	Farmacéuticos	
			219	Otros profesionales de nivel superior de la sanidad	
29	223	Nursing and midwifery professionals	272	Enfermeros	
	32	Life science and health associate professionals	311	Técnicos de las ciencias naturales y profesionales auxiliares asimilados	
			312	Técnicos de sanidad	
			313	Diversos técnicos de sanidad no clasificados en rúbricas anteriores	
	345	Police inspectors and detectives	352	Técnicos especialistas de las Fuerzas de Seguridad y detectives privados	
Part 41	341	Finance and sales associate professionals	331	Profesionales de apoyo en operaciones financieras y algunas operaciones comerciales	X
			332	Representantes de comercio y técnicos de venta	X

*En la última columna aparece una X en aquellos campos que han sido incluidos para esta tesis, que se corresponden con la versión reducida de clase creativa propuesta por McGranahan y Wojan (2007) que puede consultarse en el Anexo 2.6

Nota: SOC-2000 es la *Standard Occupational Classification*, y ISCO-88, es la *International Standard Classification*

of Occupations por lo que se mantiene el idioma original de estas clasificaciones.

Fuente: elaboración propia a partir de Florida (2002)., Boschman y Frisch (2007); Lorenze y Andersen (2009); McGranahan y Wojan (2007) y Mateos y Navarro (2014)

Anexo 3.1. *Ranking* de los sistemas locales según la presencia de ocupaciones creativas: los 10 con valores más bajos

Porcentajes sobre el total de población ocupada

	Ocupaciones creativas	Núcleo	Bohemios	Profesionales
Media nacional	14,98	1,61	0,60	12,76
1º	Piornal (3,92)	Paradela (0,10)	Piornal (0,00)	Piornal (3,51)
2º	Nuñomoral (4,32)	Brea de Aragón (0,11)	Moraleda de Zafayona (0,00)	Mohedas de Granadilla (3,84)
3º	Mohedas de Granadilla (4,55)	Noblejas (0,17)	Baralla (0,00)	Nuñomoral (3,90)
4º	Iznájar (4,6)	Algarinejo (0,19)	Doña Mencía (0,00)	Iznájar (4,34)
5º	Valdepeñas de Jaén (5,14)	Menasalbas (0,23)	Guadalupe (0,00)	Valdepeñas de Jaén (4,62)
6º	El Rubio (5,15)	Iznájar (0,23)	Oropesa (0,05)	Dosbarrios (4,65)
7º	Dosbarrios (5,54)	Alburquerque (0,27)	Mohedas de Granadilla (0,05)	A Pastoriza (4,68)
8º	Casatejada (5,55)	Aguadulce (0,27)	Villanueva del Arzobispo (0,05)	El Rubio (4,73)
9º	Jódar (5,55)	Cañamero (0,27)	Becerreá (0,05)	Casatejada (4,76)
10º	Cañada Rosal (5,90)	Nuñomoral (0,28)	Albaladejo (0,06)	El Burgo (4,99)

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3.2. Oportunidades de consumo cultural

Categorías CNAE (93) consideradas

Código CNAE	Actividad
5242	Comercio al por menor de prendas de vestir
5243	Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero
5244	Comercio al por menor de muebles; aparatos de iluminación y otros artículos para el hogar
5245	Comercio al por menor de electrodomésticos, aparatos de radio, televisión y sonido
5246	Comercio al por menor de ferretería, pinturas y vidrio
5247	Comercio al por menor de libros, periódicos y papelería
5250	Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimientos
5511	Hoteles, moteles, hostales y pensiones con restaurante
5530	Restaurantes
5540	Establecimientos de bebidas
7140	Alquiler de efectos personales y enseres domésticos
9211	Producción cinematográfica y de vídeo
9212	Distribución de películas
9213	Exhibición de películas
9220	Actividades de radio y televisión
9231	Creación e interpretación artística y literaria
9232	Gestión de salas de espectáculos
9233	Actividades de ferias y parques de atracciones
9251	Actividades de bibliotecas y archivos
9252	Actividades de museos y conservación de lugares y edificios históricos
9253	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales
9261	Gestión de estadios y otras instalaciones deportivas
9262	Otras actividades deportivas
9271	Actividades relacionadas con los juegos de azar y apuestas
9302	Peluquería y otros tratamientos de belleza
9304	Actividades de mantenimiento físico corporal

Anexo 3.3. La especialización productiva en alta tecnología

Categorías CNAE (93) consideradas

Código CNAE	Actividad
244	Fabricación de productos farmacéuticos
300	Fabricación de máquinas de oficina y equipos informáticos
321	Fabricación de válvulas, tubos y otros componentes electrónicos
323	Fabricación de aparatos de recepción, grabación y reproducción de sonido e imagen
331	Fabricación de equipo e instrumentos médico quirúrgicos y de aparatos ortopédicos
332	Fabricación de instrumentos y aparatos de medida, verificación, control, navegación y otros fines, excepto equipos de control para procesos industriales
333	Fabricación de equipo de control de procesos industriales
334	Fabricación de instrumentos de óptica y de equipo fotográfico
335	Fabricación de relojes
341	Fabricación de vehículos de motor
342	Fabricación de carrocerías para vehículos de motor, de remolques y semirremolques
343	Fabricación de partes, piezas y accesorios no eléctricos para vehículos de motor y sus motores
353	Construcción aeronáutica y espacial
642	Telecomunicaciones
721	Consulta de equipo informático
722	Consulta de aplicaciones informáticas y suministro de programas de informática
723	Proceso de datos
724	Actividades relacionadas con bases de datos
725	Mantenimiento y reparación de máquinas de oficina, contabilidad y equipo informático
726	Otras actividades relacionadas con la informática
731	Investigación y desarrollo sobre ciencias naturales y técnicas
732	Investigación y desarrollo sobre ciencias sociales y humanidades
742	Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería y otras actividades relacionadas con el asesoramiento técnico
743	Ensayos y análisis técnicos
921	Actividades cinematográficas y de vídeo

Anexo 3.4. La localización de las ocupaciones creativas en los sistemas locales de trabajo

Tabla 1. La localización de las ocupaciones creativas

Modelos de regresión lineal: coeficientes y estadísticos de multicolinealidad e independencia de los residuos

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	-0,036	0,062	.	.	.
Tamaño poblacional	0,006	0,006	0,023	0,646	1,549
Capital humano	0,481	0,022	0,564(**)	0,541	1,849
Clima empresarial	0,036	0,010	0,085(**)	0,599	1,670
Clima social	0,018	0,008	0,057(*)	0,624	1,603
Clima cultural I: densidad	0,270	0,020	0,305(**)	0,674	1,483
Clima cultural II: escenas	0,036	0,007	0,113(**)	0,731	1,369
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=806 F=327,533 Significación=0,00 R² =0,711 R² corregido=0,709 Durbin-Watson= 1,98	
Regresión	56,572	6	9,429		
Residual	23,001	799	0,029		
Total	79,572	805			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 2. La localización del núcleo creativo

Modelos de regresión lineal: coeficientes y estadísticos de multicolinealidad e independencia de los residuos

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	-0,919	0,105	.(**)	.	.
Tamaño poblacional	0,091	0,011	0,185(**)	0,646	1,549
Capital humano	0,853	0,038	0,527(**)	0,541	1,849
Clima empresarial	0,201	0,018	0,250(**)	0,599	1,670
Clima social	0,044	0,013	0,072(*)	0,624	1,603
Clima cultural I: densidad	-0,009	0,035	-0,005	0,674	1,483
Clima cultural II: escenas	0,062	0,012	0,104(**)	0,731	1,369
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=806 F=432,300 Significación=0,00 R² =0, 765 R² corregido=0, 763 Durbin-Watson= 2, 004	
Regresión	219,199	6	36,533		
Residual	67,523	799	0,085		
Total	286,722	805			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 3. La localización de los bohemios

Modelos de regresión lineal: coeficientes y estadísticos de multicolinealidad e independencia de los residuos

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	-0,898	0,160	.(**)	.	.
Tamaño poblacional	0,086	0,016	0,165(**)	0,649	1,541
Capital humano	0,560	0,057	0,327(**)	0,543	1,843
Clima empresarial	-0,009	0,027	-0,010	0,598	1,671
Clima social	0,077	0,020	0,120(**)	0,624	1,603
Clima cultural I: densidad	0,550	0,054	0,309(**)	0,675	1,481
Clima cultural II: escenas	0,097	0,018	0,153(**)	0,732	1,366
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=801 F=141,340 Significación=0,00 R² =0, 516 R² corregido=0, 513 Durbin-Watson= 1,852	
Regresión	163,512	6	27,252		
Residual	153,093	794	0,193		
Total	316,605	800			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS=suma de cuadrados; gl=grados de libertad

Tabla 4. La localización de los profesionales creativos

Modelos de regresión lineal: coeficientes y estadísticos de multicolinealidad e independencia de los residuos

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	0,089	0,068	.	.	.
Tamaño poblacional	-0,007	0,007	-0,030	0,646	1,549
Capital humano	0,433	0,024	0,535(**)	0,541	1,849
Clima empresarial	0,017	0,012	0,043	0,599	1,670
Clima social	0,014	0,009	0,046	0,624	1,603
Clima cultural I: densidad	0,291	0,023	0,346(**)	0,674	1,483
Clima cultural II: escenas	0,029	0,008	0,098(**)	0,731	1,369
Modelo	SS	Gl	Media cuadrática	N=806	
Regresión	43,419	6	7,236	F=204,191	
Residual	28,316	799	0,035	Significación=0,00	
Total	71,735	805		R² =0, 605	
				R² corregido=0, 602	
				Durbin-Watson= 2,013	

*p<0.05; **p<0,01

Nota: SS=suma de cuadrados; gl=grados de libertad

Anexo 4.1. El efecto de las ocupaciones creativas y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales en España.

Modelos de regresión lineal incluyendo estadísticos de multicolinealidad e independencia de los residuos

Tabla 1. El efecto de las ocupaciones creativas sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España (Modelo 1)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,656	0,102			
Tamaño poblacional	-0,116	0,010	-0,276(**)	0,645	1,551
Capital humano	0,047	0,046	0,034	0,339	2,950
Clima empresarial	0,276	0,017	0,405(**)	0,590	1,694
Clima social	0,202	0,013	0,391(**)	0,618	1,618
Clima cultural I: densidad	0,133	0,037	0,094(**)	0,554	1,806
Clima cultural II: escenas	0,116	0,012	0,230(**)	0,707	1,415
Clase creativa total	0,190	0,058	0,118(**)	0,289	3,459
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=805 F=261,622 Significación=0,00 R² =0,697 R² corregido=0,694 Durbin-Watson=2,035	
Regresión	143,459	7	20,494		
Residual	62,433	797	0,078		
Total	205,892	804			

*p<0.05; **p<0,01

Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 2. El efecto conjunto de las ocupaciones creativas y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España. (Modelo 1.1)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,641	0,102			
Tamaño poblacional	-0,115	0,010	-0,274(**)	0,643	1,556
Capital humano	0,041	0,046	0,030	0,337	2,965
Clima empresarial	0,275	0,017	0,403(**)	0,589	1,698
Clima social	0,201	0,013	0,390(**)	0,618	1,619
Clima cultural I: densidad	0,133	0,037	0,093(**)	0,553	1,807
Clima cultural II: escenas	0,120	0,012	0,237(**)	0,684	1,461
Clase creativa total	0,205	0,059	0,128(**)	0,282	3,550
Escenas*clase creativa total	0,045	0,028	0,033	0,898	1,113
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=805 F=229,713 Significación=0,00 R² =0,698 R² corregido=0,695 Durbin-Watson=2,043	
Regresión	143,664	8	17,958		
Residual	62,228	796	0,078		
Total	205,892	804			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 3. El efecto del núcleo creativo sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España (Modelo 2)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,744	0,106			
Tamaño poblacional	0-,124	0,011	-0,296(**)	0,590	1,696
Capital humano	0,050	0,047	0,037	0,330	3,028
Clima empresarial	0,262	0,019	0,385(**)	0,517	1,936
Clima social	0,201	0,013	0,389(**)	0,614	1,628
Clima cultural I: densidad	0,185	0,034	0,130(**)	0,674	1,484
Clima cultural II: escenas	0,117	0,012	0,230(**)	0,705	1,418
Núcleo creativo	0,103	0,034	0,122(*)	0,235	4,254
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=805 F=260,943 Significación=0,00 R² =0,696 R² corregido=0,694 Durbin-Watson=2,026	
Regresión	143,346	7	20,478		
Residual	62,546	797	0,078		
Total	205,892	804			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 4. El efecto conjunto del núcleo creativo y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España. (Modelo 2.1)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,731	0,106			
Tamaño poblacional	-0,124	0,011	-0,295(**)	0,590	1,696
Capital humano	0,050	0,046	0,036	0,330	3,028
Clima empresarial	0,258	0,019	0,378(**)	0,512	1,952
Clima social	0,201	0,013	0,390(**)	0,614	1,628
Clima cultural I: densidad	0,195	0,034	0,137(**)	0,666	1,502
Clima cultural II: escenas	0,126	0,012	0,248(**)	0,647	1,545
Núcleo creativo	0,106	0,034	0,125(**)	0,235	4,261
Escenas*núcleo creativo	0,039	0,016	0,053(*)	0,857	1,166
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=805 F=230,685 Significación=0,00 R² =0,699 R² corregido=0,696 Durbin-Watson=2,045	
Regresión	143,847	8	17,981		
Residual	62,045	796	0,078		
Total	205,892	804			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 5. El efecto de los profesionales creativos sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España (Modelo 3)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,638	0,102			
Tamaño poblacional	-0,114	0,010	-0,271(**)	0,645	1,551
Capital humano	0,084	0,043	0,061	0,389	2,574
Clima empresarial	0,281	0,017	0,412(**)	0,597	1,674
Clima social	0,203	0,013	0,394(**)	0,620	1,612
Clima cultural I: densidad	0,149	0,037	0,104(**)	0,560	1,787
Clima cultural II: escenas	0,120	0,012	0,236(**)	0,717	1,395
Profesionales creativos	0,124	0,053	0,073(*)	0,395	2,533
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=805 F=259,277 Significación=0,00 R² =0,695 R² corregido=0,692 Durbin-Watson=2,035	
Regresión	143,066	7	20,438		
Residual	62,825	797	0,079		
Total	205,892	804			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 6. El efecto conjunto de los profesionales creativos y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España. (Modelo 3.1)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,627	0,103			
Tamaño poblacional	-0,113	0,010	-0,270(**)	0,641	1,559
Capital humano	0,081	0,043	0,059	0,387	2,587
Clima empresarial	0,280	0,017	0,411(**)	0,597	1,675
Clima social	0,203	0,013	0,394(**)	0,620	1,613
Clima cultural I: densidad	0,147	0,037	0,103(**)	0,559	1,789
Clima cultural II: escenas	0,122	0,012	0,240(**)	0,696	1,437
Profesionales creativos	0,135	0,054	0,080(*)	0,379	2,636
Escenas*Profesionales creativos	0,032	0,030	0,022	0,888	1,127
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=805	
Regresión	143,155	8	17,894	F=227,043	
Residual	62,737	796	0,079	Significación=0,00	
Total	205,892	804		R² =0,695	
				R² corregido=0,692	
				Durbin-Watson=2,039	

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 7. El efecto de los bohemios sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España (Modelo 4)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,693	0,104			
Tamaño poblacional	-0,119	0,010	-0,284(**)	0,627	1,596
Capital humano	0,110	0,039	0,080	0,484	2,068
Clima empresarial	0,287	0,017	0,423(**)	0,599	1,670
Clima social	0,201	0,013	0,392(**)	0,611	1,637
Clima cultural I: densidad	0,172	0,036	0,120(**)	0,596	1,677
Clima cultural II: escenas	0,118	0,012	0,232(**)	0,707	1,415
Bohemios	0,036	0,023	0,045	0,484	2,066
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=800 F=258,035 Significación=0,00 R²=0,695 R² corregido=0,692 Durbin-Watson=2,025	
Regresión	141,224	7	20,175		
Residual	61,924	792	0,078		
Total	203,148	799			

*p<0.05; **p<0,01

Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad

Tabla 8. El efecto conjunto de los bohemios y las escenas culturales sobre la renta en los sistemas locales de trabajo en España. (Modelo 4.1)

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizado	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta	Tolerancia	FIV
Constante	2,657	0,104			
Tamaño poblacional	-0,116	0,010	-0,278(**)	0,622	1,607
Capital humano	0,106	0,038	0,077	0,483	2,070
Clima empresarial	0,286	0,017	0,421(**)	0,598	1,671
Clima social	0,202	0,013	0,393(**)	0,611	1,638
Clima cultural I: densidad	0,168	0,036	0,128(**)	0,596	1,679
Clima cultural II: escenas	0,128	0,012	0,252(**)	0,651	1,536
Bohemios	0,036	0,023	0,045	0,484	2,066
Escenas*Bohemios	0,046	0,016	0,060	0,887	1,127
Modelo	SS	gl	Media cuadrática	N=800 F=228,984 Significación=0,00 R² =0,698 R² corregido=0,695 Durbin-Watson=2,031	
Regresión	141,883	8	17,735		
Residual	61,265	791	0,077		
Total	203,148	799			

*p<0.05; **p<0,01
Nota: SS= suma de cuadrados; gl= grados de libertad